

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Tujuan penelitian	6
1.6 Kegunaan penelitian	6
1.6.1 Aspek teoritis	6
1.6.2 Aspek praktis.....	6
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	6
1.7.1 Waktu Penelitian.....	6
1.7.2 Periode Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Konseptual	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek).....	10
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	11
2.1.4 <i>Corporate Branding</i>	14
2.1.5 Sosial Media	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Pradigma Penelitian	32
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.2.1 Subjek Penelitian.....	33
3.2.2 Objek Penelitian	33
3.3 Lokasi Penelitian	34
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.5 Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Upaya PT Indojoya Lima Abadi dalam Membangun Brand Image Perusahaan	44
4.3 Pembahasan.....	50
4.3.1 Upaya PT Indojoya Lima Abadi dalam Membangun Brand Image.....	50
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61
5.2.1 Saran Praktis	61
5.2.2 Saran Akademis.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66