

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	2
Halaman Pengesahan	3
Halaman Pengesahan	4
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
Abstrak	7
Daftar Gambar	12
Daftar Tabel	13
BAB I	14
PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat Penelitian	17
1. Manfaat Teoritis	17
2. Manfaat praktis	17
1.5. Sistematika Penulisan	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Tinjauan Pustaka	19
2.1.1. <i>Fashion</i>	19
2.1.2. <i>Ready To Wear</i>	19
2.1.3. <i>Exuberant</i>	20
2.1.4. <i>Brand</i> (Merek)	20
2.1.5. <i>Brand awareness</i>	21
2.1.6. <i>Branding</i>	22
2.1.7. Strategi Branding	22
2.1.8. <i>Social Media & Online Engagement</i> (Instagram)	23

2.2.	Kerangka Teori.....	25
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III.....		28
METODE PENELITIAN		28
3.1.	Pendekatan Penelitian	28
3.1.1.	Objek dan Subjek Penelitian	30
3.2.	Populasi dan Sampel.....	31
Tahapan Penelitian		32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	33
3.4.	Uji Validitas Data	35
3.5.	Metode Analisis Data.....	36
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2.	Hasil Penelitian.....	38
4.3.1	Hasil wawancara dengan Brand Calla The Label.....	38
4.3.2	Hasil Wawancara Halona	40
4.3.3	Hasil wawancara Ahli Branding.....	41
4.3.4	Hasil Wawancara <i>Fashion Stylist</i>	41
4.3.5	Hasil Wawancara Konsumen Calla The Label.....	43
4.3.	Pembahasan Penelitian.....	43
A.	Calla The Label.....	44
Membangun <i>Brand Awareness</i> dalam meningkatkan nilai brand		44
Strategi <i>Branding</i> Yang Digunakan Oleh Calla The Label.....		47
4.3.6	Mengutamakan Para Konsumen	59
4.3.7	<i>Store Offline</i>	62
B.	Halona	67
4.3.8	Membangun <i>Brand Awareness</i> dalam meningkatkan nilai brand	67
4.3.9	Strategi Branding Yang Diterapkan Oleh Halona	70
1)	<i>Campaign</i> ramah lingkungan	70

4.3.10 Mengutamakan Para Konsumen	70
4.3.11 Engagement Instagram Halona.....	71
4.4. Kesimpulan	74
Strategi Branding Calla The Label Yang Dapat di Adaptasi	74
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	80
Daftar Pustaka.....	82