

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo dan Makna Logo.....	2
1.1.4 Informasi Perusahaan.....	2
1.1.5 Informasi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Batasan Masalah.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Komunikasi.....	10

2.1.3 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Variabel Operasional	24
3.4 Tahapan Penelitian	27
3.5 Informan Penelitian	28
3.5.1 Informan Pendukung	28
3.5.2 Informan Utama	29
3.6 Pengumpulan Data	30
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6.1.1 Pengumpulan Data Dengan Observasi.....	30
3.6.1.2 Pengumpulan Data dengan Wawancara (Interview)	32
3.6.1.3 Pengumpulan Data dengan Dokumentasi.....	33
3.6.1.4 Pengumpulan Data dengan Tringulasi.....	34
3.7 Uji Keabsahan Data.....	36
3.8 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Wawancara.....	40
4.2 Analisis Hasil Wawancara.....	63
4.2.1 <i>Advertising</i>	63
4.2.2 <i>Direct Marketing</i>	64
4.2.3 <i>Personal Selling</i>	66
4.2.4 <i>Interactive Marketing</i>	67

4.2.5 Public Relation.....	69
4.2.6 <i>Word Of Mouth</i>	71
4.2.7 <i>Event & Sponsorship</i>	72
4.3 Analisa Bauran Pemasaran terhadap <i>Brand Awareness</i>	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
LAMPIRAN.....	81
1. Profil Objek Observasi	81