

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Milenial.....	8
2.1.2 Fenomena <i>Coffee Shop</i> dan Milenial.....	8
2.1.3 Strategi Branding.....	9
2.1.4 Tahapan Strategi Branding.....	11
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.3.1 Subjek Penelitian.....	29
3.3.2 Objek Penelitian.....	29
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	30

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Data Informan.....	34
4.1.1 Informan Kunci.....	34
4.1.2 Informan Ahli.....	35
4.1.3 Informan Pendukung	35
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Penerapan Strategi Branding Pegadaian Melalui The Gade Coffee and Gold	36
4.3 Pembahasan	44
4.3.1 <i>Brand Positioning</i> Pegadaian Melalui The Gade Coffee and Gold Yang Menjadi Pembeda Dengan Kompetitor.....	44
4.3.2 <i>Brand Personality</i> Pegadaian Melalui The Gade Coffee and Gold Untuk Meningkatkan Citra Merek.....	45
4.3.3 <i>Brand Identity</i> Pegadaian Melalui The Gade Coffee and Gold Untuk Membangun <i>Awareness</i> Konsumen.....	46
BAB V.....	48
KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48
5.2.1 Saran Akademis	48
5.2.2 Saran Praktis	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	53