

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1. 2 Tujuan Penelitian	6
1. 3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Event	9
2.1.2 Community Relations.....	11
2.1.3 Pilar Sustainability Perusahaan Nutrifood	14
2.1.4 Brand Message	15
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	16
2.2.1 Jurnal Internasional	17
2.2.2 Jurnal Nasional.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	41
3.3.1 Subjek Penelitian.....	41
3.3.2 Objek Penelitian	41
3.4 Lokasi Penelitian	41
3.5 Informan Penelitian	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Sumber Primer	42
3.6.2 Sumber Sekunder	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.8 Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45

4.1 Data Informan	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Event World Diabetes Day Tropicana Slim	47
4.2.2 Strategi Event Dalam Membangun Kedekatan Customer	52
4.2.1 Pilar Sustainability Perusahaan	59
4.2.2 Brand Message	60
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Event World Diabetes Day dalam Membangun Loyalitas Customer	60
4.3.2 Strategi Community Relations Membangun Kedekatan Customer	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5. 1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Praktis.....	66
5.2.2 Saran Akademis	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71