

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
1.5. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2. Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran.....	24
2.3. Mitra Pemasaran .....	25
2.3.1 Perkembangan Kemitraan Pemasaran.....	25
2.3.2 Keterkaitan Antara Kemitraan Pemasaran dan Produk .....	33
2.4. <i>Brand Awarnes</i> .....	35
2.4.1. Pengertian <i>Brand Awarnes</i> .....	35

2.4.2. Tingkat <i>Brand Awareness</i> .....	37
2.4.3. Indikator dari <i>Brand Awareness</i> .....	39
2.5. Kerangka Pemikiran .....	39
2.6 Bagan Kerangka Pemikiran: .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.2 Paradigma Penelitian .....	43
3.3 Metode Penelitian .....	45
3.4 Key Informan .....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Data Primer .....	50
a. Wawancara mendalam .....	50
b. Observasi .....	51
3.5.2 Data Sekunder .....	52
3.6 Teknik Analisa Data .....	53
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
a. Triangulasi Sumber.....	56
b. Triangulasi metode .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Sejarah Ayam Strong Fried Chicken.....	58
4.1.2 Produk Yang Di Jual .....	60
4.2 Hasil Penelitian .....	61
4.2.1. Latar Belakang Pemilihan Jalur Kemitraan Dalam Pemasaran .....	62
4.2.2 Pelaksanaan Pembukaan Jalur Kemitraan Dalam Membentuk <i>Brand Awareness</i> .....	66
4.2.3 Implementasi Komuniakasi Pemasaran Melalui Jalur Kemitraan Ayam Strong <i>Fried Chicken</i> : .....	67
A. Antusias dan Ketertarikan Warga Terhadap Brand.....	68

B. Perkenalan dan Penjelasan Awal Produk dan Program	
Kemitraan .....	76
C. Tanggapan Pengajuan Kemitraan Tak Langsung.....	77
D. Penjelasan Langsung / Tatap Muka.....	78
E. Persiapan Pengajuan Mitra Baru .....	81
F. Pembayaran dan Pemberkasan Kemitraan .....	83
G. Opening Booth Mitra Baru.....	87
H. Antusias Dan Ketertarikan Warga Terhadap <i>Brand</i> .....	89
I. Efektifitas Promosi dan Branding di Lokasi Baru .....	91
4.2.4 Hambatan dan Kendala Serta Kelebihan Program	
Kemitraan.....	94
A. Respon Warga terhadap Brand.....	98
4.3 Pembahasan.....	102
4.3.1 Gambaran Implementasi Komunikasi Pemasaran Melalui Jalur.....	102
4.3.2 Proses Membangun Kedekatan Mitra Dengan Brand Ayam Strong Fried Chicken .....	103
4.3.3 Proses Membangun Loyalitas Mitra Dalam Ikatan Bisnis .	103
4.3.4 Proses Pembentukan Brand Awareness Melalui Mitra Usaha.....	105
4.3.5 Indikator Penilaian Brand Awareness dilingkungan Masyarakat .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran .....	112
5.2.1 Saran Akademis.....	113
5.2.2 Saran Praktis.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>