

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMIRAN .....	xvi
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3 Identifikasi Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3 Promosi.....	20
2.4 Brand Activation (Aktivasi Merek).....	23
2.4.1. Jenis Aktivasi Merek.....	26
2.4.2. Tujuan Brand Activation.....	37
2.4.3. Implementasi Aktivasi Merek.....	38
2.5 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	41
2.5.1 Pengertian Kesadaran Merek.....	41
2.5.2 Tingkat Kesadaran Merek.....	41
2.5.3 Nilai Kesadaran Merek.....	43
2.5.4 Pencapaian Kesadaran Merek.....	44
2.6 Kerangka Berfikir.....	45
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1 Paradigma.....	47
3.2 Tipe Penelitian.....	48
3.3 Metode Penelitian.....	48
3.4 Subyek Penelitian.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52

3.6 Teknik Analisa Data.....	54
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	57
<b>BAB IV.....</b>	<b>60</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	60
4.1.2 Profil Perusahaan.....	61
4.1.3 Logo Perusahaan.....	62
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	62
4.1.5 Deskripsi Pekerjaan (Job Description).....	63
4.1.6 Visi & Misi Perusahaan.....	66
4.1.7 Nilai Perusahaan.....	66
4.1.8 Alur Perencanaan dan Penerapan kegiatan Brand Activation.....	68
4.1.9 Departemen Yang Terkait Dengan Pelaksanaan Brand Activation.....	68
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.1 Penetapan Target Audience.....	69
4.2.2 Tujuan Aktivitas Brand Activation ISRU.....	71
4.2.3 Perencanaan Konsep In Store Brand Activation.....	73
4.2.4 Penerapan In Store Activity.....	77
4.2.5 Penerapan In Store Promotion.....	81

4.2.6 Penerapan Visual Merchandising.....	82
4.2.7 Tanggapan Pelanggan.....	83
4.3 Pembahasan.....	86
4.3.1 Tujuan Pelaksanaan Brand Activation.....	86
4.3.2 Strategi In Store Activation.....	87
4.3.3 Konsep Brand Experience Dalam Kegiatan Aktivasi Merek .....	91
4.3.4 Implementasi Brand Activation .....	95
4.3.5 Brand Activation Sebagai Pembentuk Brand Awareness.....	98
4.3.6 Hasil Dari Kegiatan.....	99
<b>BAB V..</b> .....	<b>101</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Praktis.....	104
5.2.2 Saran Akademis.....	105

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN