

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Strategi Branding.....	14
2.2 <i>Brand Awareness</i>	15
2.3 <i>Integrated Marketing Communication</i>	19
2.4 Penelitian Terdahulu	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian	44
3.3 Jenis Data	45
3.3.1 Data Primer	45

3.3.2	Data Sekunder	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Teknik Analisis Data	46
3.6	Uji Validitas Data	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Penerapan Strategi Branding	60
4.2.2	IMC dalam Strategi	72
4.2.3	<i>Brand Awareness</i> Peralite	85
4.5	Pembahasan	92
BAB V	PENUTUP	105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN