

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT.....</i>	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Teori dan Konsep	9
1.5.1. <i>Brand Management</i>	9
1.5.2. Teori Perencanaan	11
1.5.3. Teori <i>Brand Strategy</i>	14
1.5.4. <i>Branding</i>	16
1.5.5. <i>Brand Loyalty</i>	18
1.6 Alur Pemikiran.....	22
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Public Relations</i>	25
2.1.1. Fungsi <i>Public Relations</i>	26
2.1.2. Tujuan <i>Public Relations</i>	27
2.1.3. Kegiatan <i>Public Relations</i>	29

2.1.4 <i>Public Relations Agency</i>	30
2.1.4.1. Alasan Menyewa Konsultan Luar	33
2.1.4.2. Kelebihan <i>Public Relations Agency</i>	34
2.1.4.3. Kelemahan <i>Public Relations Agency</i>	34
2.2 <i>Brand</i>	35
2.2.1. Manfaat <i>Brand</i>	38
2.2.2. <i>Brand Equity</i>	39
2.2.2.1. <i>Brand Awareness</i>	42
2.2.2.2. <i>Brand Association</i>	44
2.2.2.3. <i>Perceived Quality</i>	45
2.3 Loyalitas	46
2.3.1. Karakteristik Klien Loyal	46
2.3.2. Keuntungan Memiliki Klien Loyal	47
2.3.3. Memelihara dan Menguatkan Loyalitas	49
2.3.4. Mengukur Loyalitas	50
2.4 Strategi	51
2.4.1. Tahapan Strategi	53
2.4.2. Strategi <i>Branding</i>	55
2.5 Penelitian Terdahulu	57

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	62
3.2 Sumber Data	64
3.2.1. Sumber Data Primer	64
3.2.2. Sumber Data Sekunder	65
3.3 Subjek Penelitian	65
3.4 Obyek Penelitian	66
3.5 Lokasi Penelitian	66
3.6 Teknik Pengumpulan Data	66
3.6.1. Wawancara	66
3.6.2. Observasi	68
3.6.3. Studi Pustaka	68

3.6.4. Dokumen dan Data	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1. Reduksi Data	69
3.7.2. Penyajian Data.....	70
3.7.3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	70
3.7.4. Teknik Keabsahan Data	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Cornelia & Co	72
4.1.1. Sejarah Berdirinya Cornelia & Co	73
4.1.2. Visi dan Misi	75
4.1.3. Deskripsi Logo	76
4.1.4. Struktur Organisasi	77
4.1.5. Jasa Pelayanan Cornelia & Co	81
4.1.6. <i>Client & Partners</i> Cornelia & Co.....	83
4.2 Hasil Penelitian	85
4.2.1. Perencanaan Strategi <i>Branding</i> Cornelia & Co Dalam Upaya Mendapatkan <i>Brand Loyalty</i>	86
4.2.1.1. <i>Brand Positioning</i>	88
4.2.1.2. <i>Brand Identity</i>	89
4.2.1.3. <i>Brand Personality</i>	92
4.2.2. Implementasi Strategi <i>Branding</i> Cornelia & Co Dalam Upaya Mendapatkan <i>Brand Loyalty</i>	94
4.2.2.1. <i>Publication and Publicity</i>	95
4.2.2.2. <i>Event</i>	104
4.2.2.3. <i>News</i>	107
4.2.2.4. <i>Community Involvement</i>	109
4.2.2.5. <i>Identity-Media</i>	111
4.2.2.6. <i>Lobbying</i>	113
4.2.2.7. <i>Social Investment</i>	114
4.2.3. <i>Feedback Client</i> Cornelia & Co	115
4.2.3.1. Bu Wasi Catering	117

4.2.3.2. Satukupu Jogja	118
4.3 Pembahasan	119

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	133
5.2 Saran.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN