

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.3 <i>Ghost Kitchen</i>	17
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Paradigma Penelitian	30
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	30
3.3.1 Subjek Penelitian.....	30
3.3.2 Objek Penelitian	30
3.4 Informan Penelitian	31
3.4.1 Informan Kunci	31
3.4.2 Informan Pendukung	31
3.4.3 Informan Ahli.....	32
3.5 Unit Analisis Penelitian	33

3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.6.1 Data Primer	34
3.6.2 Data Sekunder	35
3.7 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	36
3.7.1 Metode Analisis Data	36
3.7.2 Penjagaan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 <i>Advertising</i>	38
4.1.2 <i>Personal Selling</i>	42
4.1.3 <i>Sales Promotion</i>	44
4.1.4 <i>Public Relation</i>	48
4.1.5 <i>Direct Selling</i>	50
4.2 Pembahasan.....	54
4.2.1 <i>Advertising</i>	54
4.2.2 <i>Personal Selling</i>	57
4.2.3 <i>Sales Promotion</i>	58
4.2.4 <i>Public Relation</i>	59
4.2.5 <i>Direct Selling</i>	60
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademik.....	64
5.2.2 Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68