

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	<b>6</b>
1.4.2 Manfaat Praktis .....	<b>7</b>
<b>1.5 Waktu dan Periode Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>9</b>
2.1.1 Event .....	<b>9</b>
2.1.2 Community Relations.....	<b>11</b>
2.1.3 Pilar Sustainability Perusahaan Nutrifood .....	<b>14</b>
2.1.4 Brand Message .....	<b>15</b>
<b>2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>16</b>
2.2.1 Jurnal Internasional .....	<b>17</b>
2.2.2 Jurnal Nasional.....	<b>27</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>37</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	<b>40</b>
<b>3.3 Subjek &amp; Objek Penelitian</b> .....	<b>41</b>
3.3.1 Subjek Penelitian.....	<b>41</b>
3.3.2 Objek Penelitian .....	<b>41</b>
<b>3.4 Lokasi Penelitian</b> .....	<b>41</b>
<b>3.5 Informan Penelitian</b> .....	<b>41</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>42</b>
3.6.1 Sumber Primer .....	<b>42</b>
3.6.2 Sumber Sekunder .....	<b>43</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data</b> .....	<b>43</b>
<b>3.8 Teknik Keabsahan Data</b> .....	<b>44</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>

<b>4.1 Data Informan .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>47</b>
4.2.1 Event World Diabetes Day Tropicana Slim .....	47
4.2.2 Strategi Event Dalam Membangun Kedekatan Customer .....	52
4.2.1 Pilar Sustainability Perusahaan .....	59
4.2.2 Brand Message .....	60
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>60</b>
4.3.1 Event World Diabetes Day dalam Membangun Loyalitas Customer .....	60
4.3.2 Strategi Community Relations Membangun Kedekatan Customer .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>66</b>
5.2.1 Saran Praktis.....	66
5.2.2 Saran Akademis .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>