

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Corporate Branding</i>	13
2.1.2 <i>Brand Activation</i>	17
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Rerangka Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.2.1. Subjek Penelitian	29
3.2.2. Objek Penelitian.....	30
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.4 Sumber Data	30

3.4.1. Sumber Data Primer.....	30
3.4.2. Sumber Data Sekunder.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.1. Observasi	31
3.5.2. Wawancara.....	31
3.5.3. Dokumentasi	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.7 Analisis Keabsahan Data	34
BAB IV DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Data	35
4.1.1. <i>Brand Activation</i> PT. BTSI.....	35
4.1.2. <i>Experiential Marketing</i> PT. BTSI.....	40
4.2. <i>Corporate Branding</i> PT. BTSI Melalui <i>Brand Activation</i> dengan Pendekatan <i>Experiential Marketing</i>	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Implikasi Penelitian	56
5.2.1. Implikasi Teoritis	56
5.2.2. Implikasi Praktis	56
5.3. Keterbatasan.....	57
5.4. Saran	57
5.4.1. Bagi Penelitian Selanjutnya	57
5.4.2. Bagi Perusahaan.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	65