**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i**

**ABSTRACT ii**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI vi**

**DAFTAR GAMBAR vii**

**DAFTAR LAMPIRAN ix**

**BAB I : PENDAHULUAN 1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Identifikasi Masalah 6

D. Tujuan Penelitian 7

E. Manfaat Penelitian 7

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA 9**

A. Landasan Teori 9

1. Mereka (*Brand*) 9

a. Pengertian Merek 9

b. Manfaat Merek 10

c. Strategi Merek 10

d. Sifat-Sifat Merek 11

2. *Brand Awareness* 12

a. Pengertian *Brand Awareness* 12

b. Strategi Menciptakan *Brand Awareness* 14

c. Strategi Mencapai *Brand Awareness* 15

3. Tipologi *Brand* Lokal 17

a. Pengertian Tipologi *Brand* Lokal 17

b. *Local Brand Survival* 18

B. Penelitian Terdahulu 19

C. Kerangka Pemikiran 23

**BAB III : METODE PENELITIAN 30**

A. Subjek Penelitian 30

B. Desain Penelitian 30

C. Jenis Data 32

D. Teknik Pengumpulan Data 33

E. Teknik Analisis Data 36

**BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 38**

A. Gambaran Umum 38

B. Analisis 40

1. Strategi Meningkatkan *Awareness* dari *Brand* Geoff Max 41

2. Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Geoff Max dari Segi *Online* 53

3. Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Geoff Max dari Segi *Offline* 62

4. Evaluasi Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Geoff Max 67

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan 81

**BAB V : PENUTUP 88**

A. Simpulan 88

B. Saran 89

**DAFTAR PUSTAKA 91**

**TRANSKRIP WAWANCARA 94**

1. Transkrip Wawancara dengan Zen Supriyatna 94
2. Transkrip Wawancara kedua dengan Zen Supriyatna 118

**LAMPIRAN 127**