

DAFTAR ISI

MOTIF PENGGUNAAN BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Masalah	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Waktu Penelitian.....	13
BAB II	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1Pengertian Komunikasi	15
2.1.2Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3Brand/Merek	17
2.1.4Fashion	18
2.1.5. Motif	19
2.1.6Generasi Milenial	20
2.1 Penelitian Terdahulu	21

2.2	Kerangka Pemikiran	36
BAB III.....		37
METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Metode Penelitian	38
3.2	Paradigma Penelitian	39
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	40
	3.3.1 Subjek Penelitian.....	40
	3.3.2 Objek Penelitian	40
3.4	Unit Analisis	40
3.5	Informan Penelitian.....	42
3.6	Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.8	Uji Keabsahan Data.....	46
BAB IV.....		47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Karakteristik Informan.....	47
4.2	Hasil Penelitian	50
	4.2.1Motif menggunakan lokal brand bagi pelaku	51
4.3	Pembahasan.....	56
	4.3.1Because Of Motive penggunaan lokal brand pada Mahasiswa Kota Bandung	57
	4.3.2In Order To Motive penggunaan lokal brand pada Mahasiswa kota Bandung.....	58
	4.3.3Komunikasi Pemasaran.....	59
BAB V.....		61
SIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		65

LAMPIRAN..... 67