

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 Brand	11
2.1.3 Branding	14
2.1.4 Islamic Branding	19
2.1.5 Brand Image	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24

2.3 Kerangka Konsep.....	33
BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Pendekatan Penelitian	34
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	35
3.5 Teknik Penentuan Informan	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.8 Uji Keabsahan Data	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Lokus Penelitian.....	41
4.2 Hasil Penelitian	46
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
Lainnya:	83
LAMPIRAN.....	85