

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	ii
<i>Brand Strategy</i> Lembaga Amil Zakat (LAZ) Zakat Sukses.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
Branding Strategy Lembaga Amil Zakat (LAZ) Zakat Sukses.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Bab I.....	1
Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
Bab II	11
Tinjauan Pustaka dan Kerangka Konsep	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Model Komunikasi Pemasaran	12
3. Proses Komunikasi Pemasaran	14
4. Bauran Komunikasi Pemasaran	16
5. Brand Strategy	24
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Konsep.....	47
Bab III.....	48
Metode Penelitian	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
B. Rancangan Penelitian.....	48

C. Operasional Konsep	50
D. Sumber Informasi.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisa Data	56
G. Uji Keabsahan Data	57
Bab IV.....	59
Hasil Penelitian dan Pembahasan	59
A. Gambaran Umum.....	59
1. Profil LAZ Zakat Sukses.....	59
2. Profil Informan.....	65
B. Hasil Temuan.....	67
Brand Strategy LAZ Zakat Sukses.....	67
1. Brand Positioning LAZ Zakat Sukses.....	67
2. Brand Identity LAZ Zakat Sukses	70
3. Brand Personality LAZ Zakat Sukses.....	74
C. Pembahasan.....	78
1. <i>Brand Strategy LAZ Zakat Sukses</i>	78
BAB V	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
<i>Brand Strategy Zakat Sukses</i>	96
1. <i>Brand Positioning</i>	97
2. <i>Brand Identity</i>	101
3. <i>Brand Personality</i>	103
B. Saran	104
Brand Strategy	104
DAFTAR PUSTAKA	108
Buku.....	108
Jurnal.....	108
Lampiran.....	111
A. SK Bimbingan Tesis	111
B. Surat Izin Melakukan Penelitian	113
C. Transkrip Wawancara.....	114