DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
PEDOMAN TRANSLITERASI v
MOTTO vii
UCAPAN TERIMA KASIH viii
ABSTRACT x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan dan Rumusan Masalah 8
D. Tujuan Penelitian 8
E. Manfaat Penelitian 8
F. Kerangka Teoretik 9
G. Penelitian Terdahulu 12
H. Sistematika Pembahasan 15
BAB II : MANAJEMEN BRAND EQUITY 18
A. Manajemen 18
1. Planning 18
2. Organizing 20
3. Actuating 23
4. Controling 26
B. Membangun Brand Equity 28
1. Memilih Element Brand 28
a. Memilih Nama Brand 30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memilih Logo 30
c. Memilih Slogan 31
d. Mengangkat Asosiasi Sekunder Brand 31
2. Merancang Kegiatan Pemasaran Holistik 32
a. Pemasaran Personalisasi 32
b. Pemasaran Integrasi 32
c. Pemasaran Branding 32
BAB III : METODE PENELITIAN 39
A. Jenis Penelitian 39
B. Pendekatan Penelitian 39
C. Kriteria Subjek Penelitian 40
D. Sumber Data 41
E. Teknik Pengumpulan Data 41
F. Teknik Analisa Data 43
G. Keabsahan Data 44
BAB IV : DATA MANAJEMEN BRAND EQUITY GRIYA AL-QUR'AN 46
A. Deskripsi Subjek Penelitian 46
1. Profil Lembaga 46
2. Profil Informan 47
a. Informan Satu 47
b. Informan Dua 47
c. Informan Tiga 48
B. Penyajian Data Penelitian 48
1. Manajemen Memilih Element Brand 48
a. Memilih Nama Brand 48
b. Memilih Logo Brand 50
c. Memilih Slogan Brand 52
d. Mengangkat Asosiasi Sekunder 53
2. Manajemen Kegiatan Pemasaran Holistik 54
a. Manajemen Pemasaran Personalisasi 54
b. Manajemen Pemasaran Integrasi 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Iklan..... 59
a) Brosur Griya Al Qur'an 59
b) Poster Griya Al Qur'an 62
c) Liputan Griya Al Qur'an di TV 63
d) Facebook Griya Al Qur'an..... 64
e) Web Griya Al Qur'an..... 65
2) Promosi Penjualan..... 66
3) Acara Khusus dan Pengalaman..... 66
4) Humas dan Pemberitaan..... 66
5) Penjualan Pribadi 67
6) Penjualan Langsung 68
c. Manajemen Internal Branding..... 68
BAB V : MANAJEMEN BRAND EQUITY LEMBAGA GRIYA AL-QUR'AN 72
A. Manajemen Memilih Element Brand Griya Al Qur'an..... 72
1. Planning Memilih Element Brand Griya Al Qur`an 72
2. Organizing Memilih Element Brand Griya Al Qur`an 74
3. Actuating Memilih Element Brand Griya Al Qur`an..... 75
4. Controling Memilih Element Brand Griya Al Qur`an 76
B. Manajemen Kegiatan Pemasaran Holistik Griya Al Qur'an..... 76
1. Manajemen Pemasaran Personalisasi Griya Al Qur'an 76
a. Planning Pemasaran Personalisasi Griya Al Qur'an..... 76
b. Organizing Pemasaran Personalisasi Griya Al Qur'an 78
c. Actuating Pemasaran Personalisasi Griya Al Qur'an 78
d. Controling Pemasaran Personalisasi Griya Al Qur'an..... 72
2. Manajemen Pemasaran Integrasi Griya Al Qur'an 79
a. Planning Pemasaran Integrasi Griya Al Qur'an..... 79
b. Organizing Pemasaran Integrasi Griya Al Qur'an 79
c. Actuating Pemasaran Integrasi Griya Al Qur'an 80
d. Controling Pemasaran Integrasi Griya Al Qur'an..... 82
3. Manajemen Internal Branding Griya Al Qur'an 82

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Planning Manaj Internal Branding Griya Al Qur'an..... 82
b. Organizing Manaj Internal Branding Griya Al Qur'an..... 82
c. Actuating Manaj Internal Branding Griya Al Qur'an..... 83
d. Controling Manaj Internal Branding Griya Al Qur'an 84
C. Temuan Manajemen Memilih Element Brand Griya Al Qur'an 84
D. Temuan Manajemen Kegiatan Pemasaran Holistik Griya Al Qur'an..... 86
E. Manajemen Kegiatan Pemasaran Holistik Griya Al Qur'an..... 76
BAB VI : PENUTUP 88
A. Kesimpulan 88
B. Implikasi Teoritik..... 90
C. Keterbatasan Studi 91
D. Rekomendasi..... 91
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN..... 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id