DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian ii

Persetujuan iii

Pengesahan Tim Penguji iv

Pedoman Transliterasi v

Motto vi

Abstrak vii

Ucapan Terima Kasih ix

Daftar Isi x

Bab I : Pendahuluan 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Pembatasan Masalah 13

C. Rumusan Masalah 14

D. Tujuan Penelitian 14

E. Manfaat Penelitian 15

F. Konseptualisasi 16

G. Kajian Pustaka 17

H. Metode Penelitian 22

I. Sistematika Penulisan 27

Bab II : Pondok Pesantren Dan Teori *Branding* 29

A. Pondok Pesantren 29

B. Teori Pemasaran Islami & Manajemen *Brand* 38

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

C. Strategi membangun *Brand* 44
D. Sosialisasi Brand 49
Bab III : Deskripsi Gerakan Nasional Ayo Mondok 52
A. *Rabithah Ma'ahid Islamiyah* NU (RMI-NU) 52
B. Gerakan Ayo Mondok 54
Bab IV : Analisis Strategi *Branding* Gerakan Ayo Mondok 63
A. Strategi Membangun Brand Ayo Mondok 63
1. *Brand Positioning & Platform* 63
2. *Brand Identity* 73
3. *Brand Architecture* 79
B. Sosialisasi Brand Ayo Mondok 84
C. Latar Belakang Penetapan Strategi *Branding* Ayo Mondok 88
Bab V : Penutup 102
A. Kesimpulan 102
B. Keterbatasan Penelitian 103
C. Saran 103
Daftar Pustaka 105

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