

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Merek (<i>Brand</i>).....	9
2.1.1 Pengertian Merek.....	9
2.1.2 Pentingnya Pemilihan Merek.....	11
2.1.3 Komponen Merek.....	13
2.1.4 Tujuan Pemberian Merek.....	16
2.1.5 Manfaat Merek.....	17
2.1.6 Merek Halal.....	20
2.2 <i>Branding</i>	20
2.2.1 Pengertian <i>Branding</i>	20
2.2.2 Fungsi dan Tujuan <i>Branding</i>	21
2.2.3 Jenis <i>Branding</i>	22
2.2.4 <i>Branding</i> dalam Perspektif Islam.....	22
2.2.5 <i>Prinsip Branding</i> dalam Ekonomi Islam.....	23
2.3 Peneliian Terdahulu.....	27

2.4 Kerangka Konseptual	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Metode Penelitian	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data	34
3.2 Teknik Analisa Data	36
3.3 Tahapan Penelitian	37
BAB 4 HASIL LITERATUR STUDY	
4.1 Buku Marketing To The Middle Class Muslim.....	39
4.2 Enam Prinsip Pemasaran Konumen Muslim.....	41
4.3 <i>Handbook Branding To The Middle Class Muslim</i>	46
BAB 5 PEMBAHASAN PENELITIAN PADA MEDIA INTERNET	
5.1 Pembahasan Penelitian Mengenai Proses Pemilihan <i>Brand</i> yang tepat dalam Perspektif Islam	59
5.2 Pembahasan Penelitian Mengenai Branding yang tepat dalam Perspektif Islam	66
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75
BIODATA PENULIS	84