

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>15</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	15
1.4.2 Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Telaah Pustaka.....</b>	<b>17</b>
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	17
2.1.2 Aktivasi Merek.....	19
2.1.3 Kesadaran Merek .....	21
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 Desain Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>29</b>

<b>3.2</b>	<b>Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>29</b>
3.2.1	<b>Data Primer .....</b>	<b>30</b>
3.2.2	<b>Data Sekunder .....</b>	<b>30</b>
<b>3.3</b>	<b>Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4</b>	<b>Objek dan Lokasi Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.5</b>	<b>Subjek Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>3.6</b>	<b>Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>31</b>
3.6.1	<b>Wawancara Mendalam .....</b>	<b>31</b>
3.6.2	<b>Dokumentasi.....</b>	<b>32</b>
<b>3.7</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>32</b>
<b>3.8</b>	<b>Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>33</b>
<b>3.9</b>	<b>Tata Cara Wawancara .....</b>	<b>33</b>
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>34</b>
4.1.1	<b>Deskripsi Umum Perusahaan .....</b>	<b>34</b>
4.1.2	<b>Lokasi Penelitian.....</b>	<b>35</b>
4.1.3	<b>Deskripsi Narasumber Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2</b>	<b>Responden Aktivasi Merek.....</b>	<b>36</b>
4.2.1	<b>Analisis Kompetitor dan Minat Konsumen.....</b>	<b>36</b>
4.2.2	<b>Analisis Sasaran Pemasaran dan Pesan Produk.....</b>	<b>38</b>
4.2.3	<b>Analisis Pemasaran Kreatif .....</b>	<b>39</b>
4.2.4	<b>Analisis Media-Media Dalam Pemasaran .....</b>	<b>42</b>
4.2.5	<b>Analisis Metode Pemasaran .....</b>	<b>43</b>
4.2.6	<b>Analisis Penggunaan Media Sosial .....</b>	<b>45</b>
4.2.7	<b>Analisis Promo dan Diskon .....</b>	<b>46</b>
4.2.8	<b>Analisis Acara Promosi .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3</b>	<b>Responden Kesadaran Merek.....</b>	<b>48</b>
4.3.1	<b>Analisis Tingkat Pengetahuan di Kota Kudus (Lokal) .....</b>	<b>48</b>
4.3.2	<b>Analisis Tingkat Pengetahuan di Luar Kota Kudus (Regional) .....</b>	<b>49</b>
4.3.3	<b>Analisis Alasan Kurangnya Pengetahuan di Luar Kota Kudus .....</b>	<b>51</b>

4.3.4	Analisis Saran Perbaikan.....	52
4.3.5	Analisis Strategi Perusahaan.....	54
4.4	Strategy Marketing Responden.....	55
4.4.1	Analisis Strategi Pemasaran saat ini.....	55
4.4.2	Analisis Praktik Pemasaran saat ini.....	56
4.4.3	Analisis Riset Pasar.....	57
4.4.4	Analisis Pemasaran Bersaing.....	59
4.4.5	Analisis Dampak Strategi.....	60
4.4.6	Analisis Sasaran Konsumen.....	62
4.4.7	Analisis Pemasaran pada Masyarakat Muslim.....	63
4.4.8	Analisis Ciri Khas Produk.....	65
4.4.9	Analisis Penentuan STP Produk.....	66
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Implikasi Manajerial.....	71
5.3	Implikasi Teoritis.....	75
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	76
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>82</b>