

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Hasil Penelitian	5
E. Kerangka Berpikir	6
1. Komunikasi Pemasaran	6
2. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	9
3. Keterkaitan antara Variabel Komunikasi Pemasaran dan <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	10
F. Hipotesis	11
G. Hasil Penelitian Terdahulu	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Komunikasi Pemasaran	15
1. Definisi Komunikasi Pemasaran	15
2. Konsep Dasar Etika Komunikasi Pemasaran Islam	16
3. Indikator Komunikasi Pemasaran	18
4. Membangun Strategi Komunikasi Pemasaran	21
5. Program Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan	23
B. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	25
1. Definisi <i>Brand Awareness</i>	25
2. Indikator <i>Brand Awareness</i>	26
3. Peran <i>Brand Awareness</i>	26
4. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	27

C. Relevansi Komunikasi Pemasaran Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) Madrasah	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	32
B. Jenis dan Sumber Data	32
1. Jenis Data Penelitian	32
2. Sumber Data Penelitian	33
C. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Angket (Kuesioner)	35
2. Studi Dokumentasi	35
D. Teknik Analisis Data	35
1. Analisis Statistik Deskriptif	36
2. Analisis Instrumen	36
3. Uji Asumsi Klasik	41
4. Uji Korelasi	41
6. Analisis Regresi Linear Sederhana	42
7. Uji Signifikansi Hipotesis	43
E. Tempat dan Waktu Penelitian	44
1. Tempat Penelitian	44
2. Waktu Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Deskripsi Data	45
1. Profil Madrasah Aliyah Al-Musaddadiyah	45
2. Profil Madrasah Aliyah Persis Tarogong	47
3. Profil Madrasah Aliyah Izhharulhaq	48
B. Pengujian Hipotesis Penelitian	50
1. Komunikasi Pemasaran di Madrasah Aliyah Swasta se-Kecamatan Tarogong Kidul	50
2. <i>Brand Awareness</i> Madrasah di Madrasah Aliyah Swasta se-Kecamatan Tarogong Kidul	55
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
1. Komunikasi Pemasaran di Madrasah Aliyah Swasta se-Kecamatan Tarogong Kidul (X)	62
2. <i>Brand Awareness</i> Madrasah di Madrasah Aliyah Swasta se-Kecamatan Tarogong Kidul (Y)	64

3. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Awareness Madrasah di Madrasah Aliyah Swasta se-Kecamatan Tarogong Kidul	66
4. Keterbatasan Penelitian	67
BAB V PENUTUP	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74
RIWAYAT HIDUP	92

