

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat akademis	10
1.4.2 Manfaat praktis	10
1.5 Kebaruan Penelitian	11
1.6 Sistematika Pembagian Bab	13
BAB II.	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kerangka Teori.....	15
2.1.1 <i>Brand</i> dan <i>branding</i>	15
2.1.2 Pilar IMC (Kliatchko, 2008)	19
2.1.3 Teori <i>Brand Equity</i> (Aaker, 1991)	24
2.2 Konseptualisasi dan Diagram.....	33
2.2.1 Pendefinisian SNI sebagai aset <i>branding</i> UMKM <i>role model</i> penerap SNI binaan BSN	33
2.2.2 Perkembangan implementasi IMC dan <i>branding</i> di sektor UMKM	37
2.2.3 Model Penelitian.....	44
BAB III.	48
METODOLOGI	48
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian.....	48
3.2 Metode penelitian.....	48
3.3 Obyek penelitian.....	49
3.3.1 PT Hari Mukti Teknik (Kanaba)	52
3.3.2 CV Astoetik Indonesia (Astoetik).....	54
3.3.3 Rumah Tempe Indonesia (Tempekita)	56
3.3.4 UD Hj. Mbok Sri (Bawang Goreng Mbok Sri).....	58
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data	61
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	64
3.6 Keabsahan Data Kualitatif	67
3.7 Limitasi.....	67

BAB IV.....	69
STRATEGI KOMUNIKASI MEREK DENGAN SNI SEBAGAI ASET <i>BRANDING</i> DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UMKM.....	69
4.1 SNI sebagai Aset <i>Branding</i> UMKM <i>Role Model</i> Penerap SNI Binaan BSN	
4.1.1 <i>Brand Loyalty</i>	69
4.1.2 <i>Brand Awareness</i>	77
4.1.3 <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas).....	80
4.1.4 <i>Brand Association</i>	85
4.2 Strategi Pengomunikasian SNI sebagai Aset <i>Branding</i> dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu	95
4.2.1 <i>Stakeholders</i>	95
4.2.2 <i>Channel</i>	99
4.2.3 <i>Content</i>	120
4.2.4 <i>Result</i>	141
4.3 Pembahasan dan Refleksi Temuan	144
BAB V.	155
PENUTUP	155
5.1 Kesimpulan	155
5.2 Saran.....	157
Daftar Pustaka.....	159
Lampiran 1. <i>Case Study Protocol</i>	165
Lampiran 2. <i>Interview Guidelines</i>	166
Lampiran 3. <i>Observation Guidelines</i>	168