

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pengertian Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Pengertian Promosi.....	11
4. Fungsi dan Tujuan Promosi.....	12
5. Jenis Kegiatan Promosi.....	13

6. Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	14
7. Pengertian Media Sosial.....	17
8. Manfaat Media Sosial.....	19
9. Jenis-Jenis Media Sosial.....	20
10. Pengertian Penjualan.....	22
11. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	22
12. Promosi Penjualan dalam Ekonomi Islam.....	24
13. Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.....	29
B. Kajian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Kehadiran Peneliti.....	38
C. Lokasi Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	40
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	42
F. Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	47
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	49
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Paparan Data.....	51
B. Temuan Penelitian.....	62
C. Pembahasan.....	63

BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74
DAFTAR RUJUKAN.....	76