

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN SAMPUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xii
ABSTRAK.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Kajian Terdahulu.....	11
BAB II KAJIAN TEORI .....	14
A. Teori Komunikasi Pemasaran .....	14
1. Teori Komunikasi Pemasaran Digital (Model AISAS).....	14
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Digital .....	16
3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
4. Komunikasi Pemasaran Shopee Live.....	19
5. Bentuk Komunikasi Pemasaran Shopee Live .....	21
B. Pengertian Perilaku Konsumsi .....	23
1. Perilaku konsumsi dalam Islam.....	23
2. Prinsip Konsumsi dalam Islam.....	24
3. Norma dan Etika Konsumsi.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	43

B. Lokasi Penelitian dan Unit Analisis.....	43
C. Kehadiran Peneliti.....	44
D. Sumber Data.....	45
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	46
F. Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	51
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
1. Kondisi Geografis Kota Bangkalan.....	55
2. Jumlah Penduduk Kota Bangkalan.....	56
3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Kota Bangkalan.....	57
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Di Kota Bangkalan.....	58
5. Sektor Perekonomian Di Kota Bangkalan.....	60
6. Jumlah Peneluaran Per Kapita Menurut Kelompok Komoditas Masyarakat Kota Bangkalan.....	61
7. Profil Subjek Penelitian.....	62
B. Paparan Data dan Temuan Penelitian.....	63
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Live.....	64
2. Implementasi strategi komunikasi pemasaran shopee live.....	79
3. Implikasi strategi komunikasi pemasaran shopee live pada masyarakat muslim kota Bangkalan.....	91
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>108</b>
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Live.....	108
B. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Live.....	112
C. Implikasi Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Live Pada Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Bangkalan.....	116
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>121</b>
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran-saran.....	122
C. Keterbatasan Studi.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>	<b>114</b>

LAMPIRAN .....	115
RIWAYAT HIDUP.....	121