

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Grafik	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II KAJIAN TEORI

A. Definisi Strategi Pemasaran	12
a. Pemasaran Syariah	14

b. Karakteristik Pemasaran Syariah	15
c. Sembilan Etika (Akhlak) Pemasar	17
d. Komponen Strategi Pemasaran Segmentasi, Targeting, Positioning	18
e. Bauran Pemasaran	22
B. Live Facebook	33
C. Minat Kondumen	35
D. Penelitian Terdahulu	38

BAB III METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
2. Lokasi Penelitian	47
3. Kehadiran Peneliti	48
4. Sumber Data	49
5. Metode Pengumpulan Data	50
6. Teknik Analisis Data	52
7. Pengecekan Keabsahan Temuan	53
8. Tahap-Tahap Penelitian	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1. Lokasi Penelitian	57
2. Sejarah	57
3. Visi dan Misi	59
4. Struktur Organisasi	60

B. Temuan Penelitian	63
C. Analisis Data	78

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Melalui Live Facebook Untuk Meningkatkan Daya Minat Konsumen	82
B. Kendala- Kendala Yang Dialami Oleh Toko Dasterkecekuu dalam Melakukan Strategi Pemasaran Melalui Live Facebook	92
C. Peningkatan hasil penjualan produk setelah melakukan pemasaran melalui live facebook pada Toko Dasterkecekuu.....	95

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Bagan Struktur Organisasi.....	60
Tabel 4.2. Daftar Harga Daster	62

DAFTAR GRAFIK

1.1. Grafik Peningkatan Penjualan	78
---	----

DAFTAR GAMBAR

4.1. Akun dan Konten Facebook Dasterkecekuu	63
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi
- Lampiran : Surat Pernyataan Keaslian Penelitian
- Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup