

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUANPEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Fokus Penelitian .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9

F. Penegasan Istilah .....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	13
<b>BAB II : KAJIAN TEORI.....</b>	<b>16</b>
A. Deskripsi teori .....	16
B. Penelitian Terdahului .....	42
C. Kerangka Konseptual .....	46
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian .....	49
C. Kehadiran Peneliti .....	50
D. Sumber Data .....	50
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Teknik Analisis Data .....	53
G. Pengecekan Keabsahan Penemuan.....	55
H. Tahap - Tahap Penelitian.....	58
I. Tahap Analisis Data .....	59
J. Tahap Penyusunan laporan penelitian .....	60
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
A. Paparan Data.....	61
B. Hasil Temuan Penelitian .....	68

<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>89</b>
A. Kriteria Selebgram Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	89
B. Strategi Promosi Produk SelebgramMahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	90
C. Strategi Promosi Produk Selebgram Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dalam prespektif Etika Bisnis Islam.....	94
<b>BAB VI : PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**