

## DAFTAR ISI

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

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	12
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Strategi <i>E-promotion</i> .....	18
1. Pengertian Strategi <i>E-promotion</i> .....	18
2. Perumusan Strategi <i>E-promotion</i> .....	24
3. Starategi Bauran Promosi .....	25
B. Media Sosial .....	31
1. Pengertian Media Sosial .....	31
2. Media Sosial Sebagai Media Promosi .....	32
C. Minat Beli .....	
1. Pengertian Minat Beli .....	41
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	43
D. Make Up Artist (MUA) .....	46
E. Penelitian Terdahulu .....	48
F. Kerangka Konseptual.....	52

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian .....	54
1. Pendekatan Penelitian .....	54
2. Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian .....	56
C. Kehadiran Peneliti .....	56
D. Sumber Data .....	57
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Teknik Analisis Data .....	60
G. Teknik Keabsahan Data.....	62
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	66

## **BAB IV HASIL TEMUAN**

A. Deskripsi Data .....	68
B. Paparan Data.....	74
C. Temuan Penelitian .....	123

## **BAB V PEMBAHASAN**

- A. Analisis Strategi *E-promotion* Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Beli Jasa Make Up Artist Pada Emma Wedding Nganjuk .....130
- B. Strategi Bauran Promosi Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Beli Jasa Make Up Artist Pada Emma Wedding Nganjuk .....133
- C. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Jasa Make Up Artist Pada Emma Wedding Nganjuk .....135
- D. Kendala-Kendala Yang Dialami Oleh Emma Wedding Nganjuk dalam Melakukan Strategi *E-promotion* Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Beli Jasa Make Up Artist Pada Emma Wedding Nganjuk.....138
- E. Upaya Yang Dilakukan Oleh Emma Wedding Nganjuk Untuk Mengatasi Kendala-Kendala Dalam Strategi *E-promotion* Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Beli Jasa Make Up Artist Pada Emma Wedding Nganjuk .....141

## **BAB VI PENUTUP**

- A. Kesimpulan .....144
- B. Saran-Saran.....145

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**