

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Media Sosial Instagram.....	12
1. Pengertian Media Sosial Instagram.....	12
2. Instagram Marketing.....	13
3. Aspek-aspek Instagram Marketing.....	14
B. Komunikasi Pemasaran.....	18
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	18
2. Komponen Komunikasi Pemasaran.....	21
3. Proses Komunikasi Pemasaran.....	23
4. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	25
C. Manajemen Bisnis Syariah.....	41
1. Pengertian Manajemen Bisnis Syariah.....	41
2. Paradigma Manajemen Bisnis Syariah.....	43
3. Fungsi Manajemen Bisnis dalam Perspektif Islam.....	45
4. Komunikasi Pemasaran Syariah.....	48
D. Penelitian Terdahulu.....	52
E. Kerangka Berpikir.....	59

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Lokasi Penelitian.....	63
C. Kehadiran Peneliti.....	64
D. Data dan Sumber Data.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65

	F. Teknik Analisis Data.....	67
	G. Pengecekan Keabsahan Data.....	68
	H. Tahap-tahap Penelitian.....	70
BAB IV :	HASIL PENELITIAN	
	A. Deskripsi Objek Lembaga.....	72
	B. Temuan Penelitian.....	79
	C. Analisis Data.....	101
BAB V :	PEMBAHASAN	
	A. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram pada Sabar Coffee and Go.....	104
	B. Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram pada Sabar Coffee and Go jika Ditinjau dari Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.....	116
BAB VI :	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	123
	B. Saran.....	124
	DAFTAR PUSTAKA.....	125
	LAMPIRAN.....	129