

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	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	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Batasan Masalah	18

E. Manfaat Penelitian	18
F. Penegasan Istilah	20
G. Sistematika Penulisan Skripsi	23

BAB II KAJIAN TEORI

A. Media Sosial	25
1. Pengertian Media Sosial	25
2. Fungsi dan Manfaat Media Sosial	28
3. Jenis Media Sosial	29
4. Media sosial sebagai Media Promosi	31
5. Media Sosial dalam Konsep Islam	33
B. Facebook	37
1. Pengertian Facebook	37
2. Facebook Marketing	39
3. Facebook sebagai Media Promosi	41
C. Promosi	44
1. Pengertian Promosi	44
2. Tujuan Promosi	48
3. Bauran Promosi	50
4. Strategi Promosi	55
5. Promosi dalam Konsep Islam	57
D. Penjualan	60
1. Pengertian Penjualan	60
2. Tujuan Penjualan	65

3. Strategi penjualan	66
4. Penjualan dalam Konsep Islam	67
E. Penelitian Terdahulu	70
F. Kerangka Konseptual	76

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	78
B. Lokasi Penelitian	79
C. Kehadiran Peneliti	79
D. Data dan Sumber Data	80
E. Teknik Pengumpulan Data	82
F. Teknik Analisis Data	85
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	89
H. Tahap-tahap Penelitian	91

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	93
1. Profil Naira Fish & Aquarium	93
2. Sejarah Pendirian Naira Fish & Aquarium	93
3. Tujuan Umum Perusahaan	96
4. Produk Naira Fish & Aquarium	97
5. Keunggulan dan Keterbatasan Naira Fish & Aquarium	98
B. Temuan Penelitian	100

1. Strategi promosi melalui peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan di Naira Fish & Aquarium	100
2. Strategi promosi melalui peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan di Naira Fish & Aquarium ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam	122
C. Analisis Data	131

BAB V PEMBAHASAN

A. Pembahasan tentang Strategi Promosi Melalui Peran Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Penjualan di Naira Fish & Aquarium	143
B. Pembahasan tentang Strategi Promosi Melalui Peran Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Penjualan di Naira Fish & Aquarium Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	157

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	169
B. Saran	170

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN