

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</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 Masalah.....	1
B. Fokus Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Pembatasan Masalah .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Definisi Istilah.....	13
1. Definisi Konseptual.....	13
2. Definisi Operasional.....	14
G. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
<b>A. Teori Ekonomi Mikro dan Ekonomi Digital.....</b>	<b>18</b>
<b>B. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>19</b>
1. Konsep Strategi Pemasaran .....	19
<b>C. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....</b>	<b>21</b>
1. Pengertian Pemasaran Digital ( <i>Digital Marketing</i> ).....	21
2. Jenis Pemasaran Digital ( <i>Digital Marketing</i> ) .....	23
4. Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas <i>Digital Marketing</i> .....	25

5.	Kekurangan dan Kelebihan Pemasaran Digital ( <i>Digital Marketing</i> ) .....	26
6.	Iklan Digital ( <i>Digital Advertising</i> ) .....	28
<b>C.</b>	<b>Website sebagai Media Pemasaran .....</b>	<b>29</b>
1.	Pengertian Website.....	29
2.	Jenis-Jenis Website.....	30
3.	Fungsi Website.....	33
4.	Unsur-Unsur Website.....	35
<b>D.</b>	<b>Media Sosial sebagai Media Pemasaran .....</b>	<b>38</b>
1.	Konsep Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ).....	38
2.	<i>Instagram Marketing</i> .....	42
3.	<i>Whatsapp Marketing</i> .....	44
4.	<i>Telegram Marketing</i> .....	46
5.	<i>Youtube Marketing</i> .....	48
<b>E.</b>	<b>Omzet Penjualan .....</b>	<b>49</b>
1.	Pengertian Omzet Penjualan.....	49
2.	Tujuan Penjualan .....	51
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	52
<b>F.</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>54</b>
<b>G.</b>	<b>Kerangka Konseptual .....</b>	<b>68</b>
<b>BAB III :</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	69
B.	Lokasi Penelitian.....	70
C.	Kehadiran Peneliti.....	70
D.	Data dan Sumber Data .....	71
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	74
F.	Teknik Analisis Data.....	76
G.	Pengecekan Keabsahan Temuan .....	79
H.	Tahap-Tahap Penelitian .....	71
<b>BAB IV :</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>83</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	83
1.	Sejarah Berdirinya Alora Hijab Tulungagung.....	83
2.	Lokasi Perusahaan .....	84
3.	Visi dan Misi Alora Hijab Tulungagung .....	85
4.	Sasaran dan Tujuan.....	85

5. Produk .....	86
6. Alamat Website, Email, Media Sosial dan Nomor Telepon .....	88
B. Paparan Data .....	88
1. Strategi pemasaran digital melalui media website dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung.....	88
a. Konsep Pemasaran Digital.....	88
b. Iklan Digital ( <i>Digital Advertising</i> ).....	94
c. Website Sebagai Media Pemasaran .....	96
2. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung.....	100
a. Media Sosial Sebagai Media Pemasaran .....	100
a) Konsep Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ).....	100
b) <i>Instagram Marketing</i> .....	102
c) <i>Whatsapp Marketing</i> .....	105
d) <i>Telegram Marketing</i> .....	107
e) <i>Youtube Marketing</i> .....	109
c. Omzet Penjualan .....	111
C. Temuan Penelitian.....	116
1. Strategi pemasaran digital melalui website dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung.....	117
2. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung.....	118
D. Analisis Data.....	122
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>124</b>
A. Strategi pemasaran digital melalui website dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung.....	124
B. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan omzet penjualan busana muslim pada Alora Hijab Tulungagung .....	130
<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>136</b>
A. Kesimpulan .....	136
B. Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>139</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	