

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Persetujuan Penguji.....	iv
Penyataan Keaslian Tulisan.....	v
Lembar Publikasi	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Pembatasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II	: KAJIAN PUSTAKA	
	A. Teori Pemasaran.....	16
	B. Strategi <i>Digital Marketing</i>	24
	C. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	28
	D. Minat Beli	31
	E. Konsumen Baru	34
	F. Penelitian Terdahulu	35
	G. Kerangka Konseptual.....	45
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
	B. Lokasi Penelitian.....	47
	C. Kehadiran Peneliti.....	47
	D. Data dan Sumber Data	48
	E. Teknik Pengumpulan Data	49
	F. Teknik Analisis Data	50
	G. Pengecekan Keabsahan Temuan	52
	H. Tahap-Tahap Penelitian.....	57
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
	B. Paparan Data.....	66
	C. Temuan Penelitian.....	93
BAB V	: PEMBAHASAN	
	A. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> Syariah dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Perspektif Islam Vebcake di Tulungagung.....	98

B. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> Syariah dalam Meningkatkan Minat Konsumen Baru Vebcake di Tulungagung.....	105
C. Tantangan Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> Syariah dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Perspektif Islam dan Minat Konsumen Baru.....	109

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN