

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah	9
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Media Sosial Facebook.....	33
C. Omset Penjualan.....	38
D. Penelitian Terdahulu.....	39
E. Kerangka Penelitian.....	44

BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Kehadiran Peneliti	46
D. Data dan Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data	51
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	52
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Obyek Penelitian	54
B. Paparan Data	60
C. Temuan Penelitian	89
D. Validitas Data Penelitian melalui Triangulasi	99
BAB V.....	101
PEMBAHASAN	101
A. Media Sosial Facebook Dijadikan Pilihan Utama Sebagai Media Pemasaran Digital Oleh Mince Beauty Tulungagung	101
B. Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook Yang Dilakukan Oleh Mince Beauty Tulungagung.....	106
C. Hasil Penjualan Pasca Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Pada Mince Beauty Tulungagung	120
BAB VI.....	123
PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	129