

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Penegasan Istilah.....	15
G. Sistematika Penulisan Skripsi	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Strategi E-Promotion.....	19
B. Media Sosial.....	23
C. Minat Beli	27

D. Make Up Artist (MUA).....	29
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	31
F. Kerangka Teoritik	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Kehadiran Peneliti.....	37
D. Data dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	44
H. Tahap-Tahap Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Profil Gallery Sofiyana	49
B. Temuan Penelitian.....	55
BAB V PEMBAHASAN	68
A. Strategi E-Promotion Melalui Media Sosial pada Gallery Sofiyana Kediri dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen	68
B. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Pelaksanaan Strategi E-Promotion Melalui Media Sosial di Gallery Sofiyana Kediri	73
BAB VI PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86