

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar	
Belakang Masalah	1
B. Rum	
usan Masalah	8
C. Tujua	
n Penelitian	9
D. Pemb	
atasan Masalah	9
E. Kegu	
naan/Manfaat Penelitian	10
F. D	
efinisi Istilah	11
G. Siste	
matika Penulisan Skripsi	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	

A.	Peng
ertian Strategi	14
B.	Peng
ertian Promosi	18
C.	Peng
ertian Media Online	35
D.	Peng
ertian Penjualan	39
E.	Penel
itian Terdahulu	45
BAB III : METODE PENELITIAN	
A.	Pend
ekatan dan Jenis Penelitian	50
B.	Loka
si Penelitian	51
C.	Keha
diran Peneliti	51
D.	Data
dan Sumber Data	52
E.	Tekni
k Pengumpulan Data	53
F.	Tekni
k Analisis Data	55
G.	Peng
ecekan Keabsahan Temuan	57
H.	Taha
p-tahap Penelitian	58
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A.	Profil
Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung	59

B.	Papar
an Data	68
C.	Anali
sis Data	76
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Implementasi Strategi Promosi melalui Media Online pada Penjualan Gamis Syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung	82
B.	Dam
pak-dampak Penerapan Strategi Promosi melalui Media Online pada Penjualan Gamis Syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung	89
C.	Imple
mentasi Strategi Promosi melalui Media Online pada Penjualan Gamis Syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ditinjau dari Ekonomi Syariah	91
BAB VI : PENUTUP	
A.	Kesi
mpulan	93
B.	Saran
.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN