

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK

PEDOMAN TRANSLITERISASI

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL..... viiii

DAFTAR GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian..... 7

D. Manfaat Penelitian..... 7

BAB II KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori 9

1. Strategi Pemasaran 9

a. Pengertian Strategi Pemasaran..... 9

b. *Marketing Mix*..... 11

2. Promosi..... 15

a.	Pengertian Promosi	15
b.	Tujuan Promosi.....	16
c.	Fungsi Promosi	19
d.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	20
e.	<i>Promotional Mix</i>	21
f.	Metode dalam Promosi	25
g.	Bentuk dan Cara Promosi	31
3.	Konsep Promosi menurut Perspektif Syariah.....	35
4.	Media Sosial	37
a.	Pengertian Media Sosial	37
b.	Karakteristik Media Sosial.....	38
c.	Manfaat Media Sosial	39
d.	Tipe Pengguna Media Sosial	40
e.	Jenis Media Sosial	41
f.	Cara Menggunakan Media Sosial dengan Tepat	44
5.	Minat Pembeli	46
a.	Pengertian Minat Pembeli.....	46
b.	Tahapan Minat Pembelian Konsumen	47
c.	Minat Pembelian Ulang Konsumen	49
d.	Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen	50

B. Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Pemikiran.....	54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	54
B. Jenis dan Sumber Data	57
C. Teknik Pengumpulan Data	59
D. Uji Instrumen Data	61
E. Uji Kredibilitas Data	61
F. Teknik Analisa Data.....	62
G. Waktu dan Tempat Penelitian	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan Tutug Oncom Instan Titasix.....	66
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	70
1. Hasil Penelitian Implementasi Promosi melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Pembeli.....	70
2. Hasil Pembahasan Implementasi Promosi melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Pembeli	80

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	90
------------------	----

B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92