

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Strategi Pemasaran.....	17
3. <i>Digital Marketing</i>	21
4. <i>E-Service Quality</i>	31
5. Kepuasan Pelanggan.....	39
6. Loyalitas Pelanggan.....	46
B. Penelitian Tedahulu.....	53
C. Kerangka Berpikir.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	61
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	62
C. Subyek Penelitian.....	63
D. Sumber Data.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	64
F. Pengujian Keabsahan Data.....	65

G. Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	70
1. Profil Umum Obyek Penelitian	70
2. Gambaran Umum Informan	73
B. Deskripsi Data Penelitian.....	75
1. Implementasi <i>Digital Marketing</i> yang Dilakukan Pelaku Bisnis Online Mahasiswa MBS IAIN Kudus Angkatan 2019 Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	75
2. Kendala yang Dialami Oleh Mahasiswa Pelaku Bisnis Prodi MBS IAIN Kudus Angkatan 2019 dalam Menjalankan <i>Digital Marketing</i>	83
3. Solusi yang Dilakukan Oleh Pelaku Bisnis Online Mahasiswa MBS IAIN Kudus 2019 dalam Menghadapi Kendala <i>Digital Marketing</i> .	86
C. Analisis Data Penelitian.....	
1. Analisis Implementasi <i>Digital Marketing</i> Yang Dilakukan Pelaku Bisnis Online Mahasiswa MBS IAIN Kudus Angkatan 2019 Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	87
2. Analisis Kendala Penerapan Digital Marketing yang Dialami Oleh Pelaku Bisnis Online Mahasiswa MBS IAIN Kudus Angkatan 2019..	98
3. Analisis Solusi dari Kendala Digital Marketing yang Dialami Oleh Pelaku Bisnis Online Mahasiswa MBS IAIN Kudus Angkatan 2019..	100
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	102
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Mapping Penelitian Terdahulu	53
Tabel 4.1	Media Sosial.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998-2022).....	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran	15
Gambar 2.2	Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 2.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan	42
Gambar 2.4	Kerangka Berpikir	60
Gambar 4.1	Logo IAIN Kudus.....	71
Gambar 4.2	WhatsApp Piping Cake.....	88
Gambar 4.3	WhatsApp dijualmurah.clo	88
Gambar 4.4	Akun Instagram Pusfita Makeup	89
Gambar 4.5	Akun Instagram Sweet Bouquet.....	90
Gambar 4.6	Akun Instagram Piping Cake	90
Gambar 4.7	Akun Instagram Vnkuotamurah	91
Gambar 4.8	Akun Facebook Fanzelina Beauty	92
Gambar 4.9	Akun Facebook Piping Cake.....	92
Gambar 4.10	Akun Facebook Dijualmurah.clo.....	93
Gambar 4.11	Akun Twitter vn_kuotamurah	94

