

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi	6
1. Pengertian Strategi	6
2. Definisi Management Strategi.....	7
B. Pemasaran.....	8
1. Definisi Pemasaran	8
2. Strategi Pemasaran	8
3. Buaran Pemasaran	9
4. Pemasaran Menggunakan Media Sosial	13
5. E-Commerce.....	15
6. Customer Relationship Management	21
C. Usaha.....	22
D. Kerangka Teori.....	26
E. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian	30
C. Subjek Penelitian	30
D. Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Pengujian Keabsahan Data	33
G. Teknik Analisis Data	33

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
1. Sejarah singkat usaha peternakan lele di Besito.....	36
2. Letak Geografis.....	37
3. Profil Narasumber	38
4. Sarana dan Prasarana	38
B. Data Penelitian.....	39
1. Data pemasaran hasil ternak ikan lele melalui media sosial di era pandemi.....	39
2. Data pemasaran hasil ternak ikan lele di E-commerce.....	42
3. Data Customer Relationship Management dalam pemasaran ikan lele	46
C. Analisis Data Penelitian	49
1. Solusi Pemasaran Ikan Lele di Desa Besito Kudus Pada Masa Pandemi Covid-19	49
2. Strategi Pemasaran Hasil Ternak Ikan Lele di Desa Besito Kudus	51

BAB : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran-saran	56

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**