

DAFTAR ISI

COVER	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	11
1. <i>Social Media</i> (Media Sosial).....	11
2. Promosi	22
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Berfikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	45
B. Setting Penelitian.....	46
C. Subyek penelitian	47
D. Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Pengujian Pengabsahan Data.....	50
G. Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	55
1. Sejarah Lutyut Olshop.....	55
2. Omset Lutyut Olshop	56
3. Produk yang dijual di Lutyut Olshop	56
4. Konsumen Lutyut Olshop	57
5. Strategi Promosi di Lutyut Olshop.....	57
6. Sistem Pembayaran di Lutyut Olshop.....	59
B. Analisis Strategi Promosi <i>Online (WhatsApp)</i>	60

1. <i>Upload Status / Story WhatsApp</i>	61
2. <i>Upload grup WhatsApp</i>	62
C. Analisis Pengaruh Promosi <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir	44
Gambar 4.2 Foto Pembayaran dari Konsumen.....	60
Gambar 4.6 Foto Pembelian Konsumen	68
Gambar 4.3 Foto Banyaknya Orang yang Melihat <i>Story / Status</i>	62
Gambar 4.4 Foto <i>Grup Whatsapp</i> Lutyut Olshop	64
Gambar 4.5 Urutan dalam Promosi <i>Online WhatsApp</i>	65
Gambar 4.1 Foto <i>Stok Produk / Barang</i>	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 4.1 Analisis Promosi <i>Online Media WhatsApp</i> Di Lutyut Olshop	65
Tabel 4.2 Analisis Promosi <i>Online Media WhatsApp</i> Terhadap Keputusan Pembelian	69

