

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Pustaka	10
1. Model Pemasaran Modern	10
2. Media Sosial	16
3. Perspektif Ekonomi Islam.....	22
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B. Sumber Data.....	38
C. Lokasi Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Uji Keabsahan Data.....	40
F. Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	45
1. Sejarah Maxalminuz Clothing	45
2. Nama dan Alamat Maxalminuz Clothing	47
3. Visi-Misi Maxalminuz Clothing.....	48
4. Struktur Organisasi	49

B. Data Penelitian	49
1. Penerapan Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya Di Maxalminuz Cloting Dawe Kudus	49
2. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Melalui Facebook Sebagai Media Pemasaran Di <i>Maxalminuz Clothing</i> Dawe Kudus.....	50
3. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya <i>Facebook</i> Di <i>Maxalminuz Clothing</i>	54
C. Analisis dan Pembahasan	55
1. Analisis Penerapan Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya <i>Facebook</i> di <i>Maxalminuz Clothing</i> Dawe Kudus	55
2. Analisis Optimalisasi Penggunaan Media Sosial melalui <i>Facebook</i> Sebagai Media Pemasaran Di <i>Maxalminuz Clothing</i> Dawe Kudus.....	58
3. Analisis Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Melalui Media Sosial <i>Facebook</i> Di <i>Maxalminuz Clothing</i> Dawe Kudus.....	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Keterbatasan Peneliti	72
C. Saran-saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	