

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Pemanfaatan Digital Marketing	8
2. Digital marketing.....	9
3. Strategi Pemasaran.....	10
4. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>Digital Marketing</i>	25
5. <i>Digital Marketing</i> dalam Perspektif Islam	29
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Setting Penelitian.....	40
C. Subjek Penelitian.....	40
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Pengujian Keabsahan Data	42
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
B. Deskripsi Data Penelitian	49
C. Analisis Data Penelitian	68

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	82
B. Saran.....	83
C. Penutup.....	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 4.1 Klasifikasi Produk Hijabdi Luna Hijab.....	48
Tabel 4.2 Segmentasi Geografi padaLuna Hijab	70
Tabel 4.3 Segmentasi Demografi padaLuna Hijab	70
Tabel 4.4 Segmentasi Psikografi padaLuna Hijab	71
Tabel 4.5Segmentasi Perilaku (Behavioristic) padaLuna Hijab.....	72
Tabel 4.6 Targeting (Target Pasar) padaLuna Hijab.....	73
Tabel 4.7Positioning (Posisi Pasar)Luna Hijab	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Lokasi Luna Hijab	46
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Luna Hijab	47
Gambar 4.3 Akun Facebook Luna Hijab	50
Gambar 4.4 Akun Instagram Dibawah Naungan Luna Hijab	52
Gambar 4.5 Akun Marketplace Dibawah Naungan Luna Hijab	52

