

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	13
1. MakPemasaran <i>Online</i>	13
2. <i>Affiliate Marketing</i>	30
3. Media Sosial Instagram.....	36
4. <i>Shopee Affiliate Program</i>	44
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
C. Kerangka Berpikir	52
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	54
B. Setting Penelitian.....	55
C. Subyek Penelitian	55
D. Sumber Data	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Pengujian Keabsahan Data	61
G. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	66
B. Deskripsi Data Penelitian.....	66

1. Langkah pemasaran online <i>affiliate marketing</i> melalui media sosial instagram pada program “shopee affiliate” ...	68
2. Optimalisasi pemasaran online <i>affiliate marketing</i> melalui media sosial instagram pada program “shopee affiliate”	71
C. Analisis Data Penelitian.....	73
1. Analisis Fakta.....	73
2. Analisis Teori.....	74
3. Analisis Penelitian.....	82
a. Langkah pemasaran online <i>affiliate marketing</i> melalui media sosial instagram pada program “shopee affiliate”	82
b. Optimalisasi pemasaran online <i>affiliate marketing</i> melalui media sosial instagram pada program “shopee affiliate”	85
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian	87
C. Saran-saran	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: <i>Research Gap</i>	8
Tabel 3.1	: Pedoman Observasi.....	58
Tabel 3.2	: Pedoman Wawancara.....	60
Tabel 4.1	: Narasumber Penelitian	67
Tabel 4.2	: Optimalisasi <i>Shopee Affiliate</i> di Instagram	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Grafik Perkembangan Pengguna Aktif Sosial Media	6
Gambar 2.1	: Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia 2022	39
Gambar 2.2	: Kerangka Berfikir	53
Gambar 3.1	: Teknik Analisis Data.....	64

