

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	 14
2.1. Telaah Pustaka	14
2.1.1. Pemasaran Melalui Sosial Media.....	14
2.1.2. Pemasaran Melalui Instagram.....	18
2.1.3. Pengambilan Keputusan.....	23
2.1.4. Pengambilan Keputusan Pemasaran.....	24
2.1.5. 7C Framework.....	25
2.2. Telaah Atas Penelitian Terdahulu	30
2.3. Alur Kerangka Pemikiran	35

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis dan Sumber Data	37
3.2. Lokus dan Fokus Penelitian	39
3.3. Instrumen Penelitian	40
3.4. Metode Pengumpulan Data	41
3.5. Validitas dan Reliabilitas Penelitian Kualitatif	43
3.6. Teknik Analisis	45
3.7. Indikator/Pertanyaan Wawancara	49
BAB IV ANALISIS DATA.....	52
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif	52
4.1.1. Sejarah Berdirinya CV. Hasil barokah Mandiri	52
4.1.2. Visi dan Misi	54
4.1.3. Struktur Organisasi	54
4.1.4. Pemasaran.....	58
4.2. Komputasi Data	59
4.2.1. Profil Informan	60
4.2.2. Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Kinerja Instagram CV. Hasil Barokah Mandiri Dalam Memasarkan Rainafa.....	61
4.2.3. Strategi Optimasi Instagram CV. Hasil Barokah Mandiri Sebagai Media Promosi Rainafa	66
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	111
5.1. Simpulan.....	111
5.2. Implikasi Kebijakan.....	114
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	131
5.4. Agenda Penelitian Mendatang (Future Research/Furtther Research).....	131
DAFTAR PUSTAKA	132

LAMPIRAN.....	136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	182

