

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORITIS	10
A. Landasan Teori	10
1. Strategi Pemasaran.....	10
2. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah	24
3. Promosi dan Bauran Promosi	27
4. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Penjualan	34
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Metode Penelitian	48
B. Sumber Data.....	48
C. Teknik Pengumpulan Data.....	49
D. Instrumen Penelitian	50
E. Uji Kredibilitas Data.....	51
F. Teknik Analisis Data	51
G. Waktu dan Tempat.....	53
1. Waktu Penelitian.....	53
2. Tempat Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
A. Objek Penelitian	55
a. Gambaran Umum	55

b.	Sejarah Sajodo Snack.....	56
c.	Visi dan Misi	56
d.	Logo Sajodo Snack	57
e.	Produk Sajodo Snack	57
B.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	58
1.	Strategi Pemasaran Syariah Dengan Menggunakan Media Sosial Tiktok di CV Sajodo Karya Gemilang	59
2.	Pembahasan	63
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
A.	Simpulan	68
B.	Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA.....	70
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73