



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. <i>Batasan Masalah</i>	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	14
E. Metode Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN LOKASI PENELITIAN	20
A. Sejarah Asal Mula Media Sosial / Jejaring Sosial Instagram	19
B. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial	26
BAB III TINJAUAN TEORI	31
A. Defenisi Minat Konsumen	30
B. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam	33
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	36
D. Indikator Minat Konaumen	37
E. Minat Konsumen dan Keputusan Pembelian Menurut Ekonomi Islam	37
F. Pengertian <i>Instagram</i>	40
G. Pengertian Strategi	44



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H. Pengertian Pemasaran	45
I. Pengertian Strategi Pemasaran	47
J. Prinsip-prinsip Pemasaran Dalam Syariah	53
K. Strategi Pemasaran Dalam Islam	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Minat Konsumen pada Jasa <i>Follower</i> Jejaring Sosial <i>Instagram</i> di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau	58
B. Faktor-faktor Apa yang Mempengaruhi Minat Konsumen pada Jasa Follower Jejaring sosial instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau	64
C. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap minat konsumen pada jasa <i>follower</i> jejaring sosial <i>instagram</i> di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA