



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

IKA PUTRI, (2018):DAMPAK PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE AL-KAUTSAR RAMAYANA SUDIRMAN PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARI'AH

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang berlokasi di Ramayana Sudirman Pekanbaru. Latar belakang penulis mengambil judul ini karena adanya permasalahan perbedaan teori dan praktek yaitu jual beli haruslah dilakukan dengan jujur namun pada kenyataannya tidak terjadi seperti apa yang disebutkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak penggunaan instagram dalam strategi pemasaran terhadap penjualan produk kosmetik Maybelline Al-Kautsar serta tinjauan ekonomi islam terhadap dampak penggunaan instagram dalam strategi pemasaran terhadap penjualan produk kosmetik Maybelline Al-Kautsar.

Penelitian ini dilakukan di toko kosmetik Maybelline Al-Kautsar. sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 dan peneliti mengambil Populasi dalam penelitian ini berjumlah 40 orang konsumen toko kosmetik Maybelline Al-Kautsar. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Insidental Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuisioner/angket dan dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode *kualitatif*

Dampak penggunaan instagram dalam strategi pemasaran jual beli terhadap penjualan produk kosmetik Maybelline Al-Kautsar memberikan hal bahwa adanya penjualan karena barang yang datang tidak sama dengan barang yang dipesan. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa Tinjauan ekonomi mengenai Dampak penggunaan instagram dalam strategi pemasaran jual beli kosmetik secara umum telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Hal tersebut terlihat sebagaimana mayoritas para ulama menghalalkan selama tidak ada unsur *Gharar* (ketidakjelasan) dengan memberikan keterangan dalam berjual beli secara jelas.

Keyword: Instgram, Strategi Pemasaran