

Hak Cipta Diindungi 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.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Metode Penelitian .....	12
1. Lokasi Penelitian.....	12
2. Subyek dan Obyek Penelitian .....	12
3. Populasi dan Sampel .....	12
4. Sumber Data.....	14
5. Metode Pengumpulan Data .....	14
6. Analisis Data .....	15
7. Metode Penelitian.....	15
G. Indikator.....	16
H. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Profil Toko Kosmetik Maybellin Al-Kautsar .....	18
B. Visi dan Misi .....	19
C. Tujuan.....	19
D. Struktur Organisasi periode 2016-2018.....	20
<b>BAB III : TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Instagram.....	23

**Hak Cipta Diindungi 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.

B. Strategi pemasaran .....	30
C. Pemasaran melalui Instagram.....	32
D. Faktor-faktor Pemasaran yang baik.....	34
1. Faktor Harga.....	34
2. Faktor Sosial.....	37
3. Faktor Promosi.....	38
E. Pemasaran dalam Islam.....	39

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Dampak penggunaan instagram dalam strategi pemasaran terhadap penjualan produk kosmetik Maybellinr Al-Kautsar.....	43
B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap dampak penggunaan instagtram dalam strategi pemasaran terhadap penjualan produk kosmetik Maybelline Al-Kautsar.....	54
1. Jual beli dalam islam.....	54
2. Rukun dan syarat jual beli.....	55

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**