

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
G. Jadwal Penelitian	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Landasan Teori.....	19
1. Teori Digital Marketing.....	20

2. Teori Bauran Pasar (<i>Marketing Mix</i>).....	22
3. Teori Efisiensi	24
B. Pandangan Ekonomi Syariah Terhadap Pemasaran	27
1. Etika Periklanan dan Kejujuran Informasi	28
2. Prinsip Efisiensi dan Larangan <i>Israf</i> (Pemborosan).....	29
3. Implementasi <i>Hifzhul maal</i> (Penjagaan Harta).....	29
4. Prinsip Kemaslahatan (<i>Maslahah</i>) dalam Bisnis.....	30
C. Penelitian Terdahulu	30
D. Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Sumber Data.....	44
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Temuan Penelitian.....	61
C. Analisis dan Interpretasi Data	77
D. Analisis <i>Difference in Differences</i> (DID)	92
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1 Data Informan	60
Tabel 4.2 Perbandingan Penggunaan Meta Ads Sebelum dan Sesudah Penerapan <i>Advantage+ Shopping Campaign (ASC)</i>	74
Tabel 4.3 Perubahan Efisiensi Biaya Iklan Attaqwa Store Sebelum dan Sesudah Penerapan SC	76
Tabel 4.4 Transkrip dan Implikasi Awal.....	78
Tabel 4.5 Proses Pengkodean Data (<i>Initial Coding</i>).....	79
Tabel 4.6 Pengelompokan Kode ke dalam Tema.....	80
Tabel 4.7 Peninjauan Tema.....	81
Tabel 4.8 Tema Akhir Hasil Analisis Tematik	82
Tabel 4.9 Rentang Nilai Efisiensi	100
Tabel 4.10 Analisis Did (<i>Before-After</i>).....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Perbandingan Performa Iklan Sebelum dan Sesudah Implementasi <i>Advantage+ Shopping Campaign (ASC)</i> pada Akun Meta Ads Attaqwa Store...	63

