

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	8
F. Landasan Pemikiran	9
1. Landasan Teoritis	9
2. Landasan Konseptual	17
G. Langkah-Langkah Penelitian	18
H. Teknik Pengumpulan Data	21
I. Teknik Analisis Data.....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Optimalisasi.....	25
1. Pengertian Optimalisasi.....	25
2. Tujuan Optimalisasi.....	27
B. Pengelolaan	28
1. Pengertian Pengelolaan.....	28
2. Tujuan Pengelolaan	29
C. <i>Electronic Word of Mouth</i>	30
1. Pengertian <i>Electronic Worth of Mouth</i>	30
2. Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
3. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	34
4. Landasan Teologi <i>Electronic Word of Mouth</i>	39
5. Kelebihan dan Kekurangan <i>Electronic Word of Mouth</i>	42
6. <i>Social commerce</i>	43
7. Sosial Media	45

8. Media Sosial dan <i>Electronic Word of Mouth</i>	50
D. Reputasi.....	51
1. Pengertian Reputasi	52
2. Dasar Reputasi.....	53
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Reputasi	59
4. Indikator Pengukur Reputasi	60
E. Lembaga Amil Zakat.....	62
1. Pengertian Lembaga Amil Zakat.....	62
2. Dasar Hukum Lembaga Amil Zakat.....	63
3. Prinsip Azas dan Tujuan.....	64
4. Fungsi Lembaga Amil Zakat	66
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	
1. Sejarah Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	67
2. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	70
3. Struktur Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	71
4. Program Kerja Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	71
5. Program Pendistribusian.....	73
6. Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	75
B. Hasil Penelitian	
1. Maksimisasi <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	79
2. Alternatif Keputusan pengelola <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	85
3. Manifestasi Sumberdaya <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	93
C. Pembahasan Hasil Penelitian	96
1. Maksimisasi <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten	96
2. Alternatif Keputusan pengelola <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	99
3. Manifestasi Sumberdaya <i>Electronic Word of Mouth</i> di Lembaga Amil Zakat Rydha Mauk Tangerang Banten.....	102
BAB IV PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115