

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	11
1. Pandemi Covid-19.....	11
2. Strategi.....	14
3. Pemasaran.....	16
4. Strategi Pemasaran Syariah	20
5. Kendala dan Solusi Usaha	22
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Berfikir	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	52
B. Setting Penelitian	52
C. Subyek Penelitian.....	53
D. Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Uji Keabsahan Data	57
G. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	62
1. Profil Ulya Hijab	62

2.	Sejarah Ulya Hijab	62
3.	Visi dan Misi Ulya Hijab.....	63
4.	Produk-produk Ulya Hijab	63
5.	Sarana dan Prasarana	65
B.	Deskripsi Data Penelitian.....	66
1.	Data Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab.....	66
2.	Data Kendala dan Solusi dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab	73
a.	Data Kendala dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab.....	73
b.	Data Solusi dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab.....	78
C.	Analisis Data Penelitian.....	81
1.	Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab	81
2.	Kendala dan Solusi dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab	85
a)	Kendala dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab.....	85
b)	Solusi dalam Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Media <i>Social</i> dan Reseller Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Ulya Hijab.....	88
BAB V PENUTUP		
A.	Simpulan	92
B.	Keterbatasan Penelitian.....	92
C.	Saran	93
D.	Penutup	93

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis di Lapangan	60
Tabel 4.1 Sarana Produksi Ulya Hijab	65
Tabel 4.2 Narasumber Penelitian.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir 51

