

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian.....	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Financial Technology</i>	11
2.1.1 Definisi <i>Financial Technology</i>	11
2.1.2 Tujuan <i>Financial Technology</i>	12
2.1.3 Kategori <i>Financial Technology</i>	12
2.2 Pemasaran Syariah	13
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	13
2.2.2 Definisi Pemasaran Syariah	14
2.2.3 Karakteristik Pemasaran Syariah	15
2.2.4 Indikator Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap <i>Content Marketing</i>	18
2.3 Strategi <i>Content Marketing</i>	19
2.3.1 Definisi <i>Content Marketing</i>	19
2.3.2 Alat dan Taktik <i>Content Marketing</i>	20

2.3.3	Faktor Penting dalam Pembuatan <i>Content Marketing</i>	24
2.4	Penelitian Terdahulu.....	27
2.5	Kerangka Konseptual	30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Lokasi Penelitian	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1	Data Primer.....	34
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1	Data Primer.....	35
3.4.2	Data Sekunder	37
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.5.1	Uji Validitas Data	37
3.5.2	Analisis Data	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Profil Usaha PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi.....	43
4.1.1	Gambaran Umum PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi	43
4.1.2	Layanan PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi	45
4.2	Implementasi Strategi <i>Content Marketing</i> pada Instagram PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi	50
4.2.1	<i>Design</i> (Desain)	50
4.2.2	<i>Current Event</i> (Berita Saat Ini).....	57
4.2.3	<i>The Reading Experience</i> (Pengalaman Pembaca)	64
4.2.4	<i>Timing</i> (Waktu)	71
4.2.5	Tone (Nada).....	74
4.3	Implementasi Strategi <i>Content Marketing</i> pada Instagram PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi dalam Perspektif Pemasaran Syariah	82
4.3.1	<i>Design</i> (Desain)	83
4.3.2	<i>Current Event</i> (Berita Saat Ini).....	88
4.3.3	<i>The Reading Experience</i> (Pengalaman Pembaca)	93
4.3.4	<i>Timing</i> (Waktu)	97

4.3.5	<i>Tone (Nada)</i>	101
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		113
Lampiran-Lampiran		118
Lampiran 1. Tabel Teknik Pengumpulan Data		118
Lampiran 3. Hasil Wawancara Bapak Mohamad Ryan Saputra.....		126
Lampiran 4. Hasil Wawancara Ibu Indira Maha Firmantie		141
Lampiran 5. Hasil Wawancara Bapak Wildan Arroisi.....		147
Lampiran 6. Hasil Wawancara Bapak Heri Firmansyah.....		155
Lampiran 7. Dokumentasi.....		173
Lampiran 8. Tabel Hasil Pengumpulan Data Informan Karyawan PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi		184
Lampiran 9. Tabel Hasil Pengumpulan Data Informan Praktisi Pemasaran Syariah		211
Lampiran 10. Biografi Penulis		219