

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | i |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan | 1 |
| 1.1.2 Visi dan Misi | 3 |
| 1.1.3 Jenis Jenis Kegiatan Perusahaan | 3 |
| 1.2 Latar Belakang | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.6 Batasan Masalah | 9 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran | 11 |
| 2.1.2 Yayasan | 11 |
| 2.1.3 Spritual Marketing | 12 |
| 2.1.4 Promosi | 13 |
| 2.1.5 Manajemen Pemasaran | 13 |
| 2.1.6 Donasi | 14 |
| 2.1.7 Digital Marketing | 14 |
| 2.2 Peneitian Terdahulu | 14 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 17 |

| | |
|--|-----------|
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 18 |
| 3.1 PENDEKATAN PENELITIAN | 18 |
| 3.2 JENIS PENELITIAN | 18 |
| 3.3 VARIABEL OPERASIONAL | 19 |
| 3.4 INSTRUMEN DAN PENGUMPULAN DATA | 20 |
| 3.4.1 Instrumen Penelitian | 20 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data | 21 |
| 3.5 PENGUMPULAN DATA | 22 |
| 3.5.1 Informan atau Sumber Data Penelitian | 22 |
| 3.6 UJI KEABSAHAN DATA YANG DIPEROLEH | 23 |
| 3.7 TEKNIK ANALISIS DATA | 24 |
| BAB 4 PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 26 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 26 |
| 4.1.1 Deskripsi Informan | 26 |
| 4.1.2 Pembahasan | 26 |
| 4.1.3 Hasil Wawancara | 29 |
| 4.1.4 Hasil Observasi dan Dokumentasi | 38 |
| BAB 5 SARAN DAN KESIMPULAN | 41 |
| 5.1 KESIMPULAN | 41 |
| 5.2 SARAN | 41 |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan | 41 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | 43 |
| LAMPIRAN | 47 |