

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik, skripsi ini membahas STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK AFIZA DI DESA KENDIT SITUBONDO.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, ucapan terima kasih penulis kami sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. K.H Zuhri Zaini, BA Selaku Pengasuh PP. Nurul Jadid
2. K.H. **Abd. Hamid Wahid, M.Ag** Selaku Rektor Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
3. Bapak Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Dr. H. Chusnul Muali, M.Pd
4. Bapak Ketua Program Studi Ekonomi Moh.Fakhri Siddiqi M.Ak.
5. Bapak Moh. Rasidi, MM selaku dosen pembimbing yang dengan ikhlas telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan saran serta dorongan kepada penulis, mulai dari awal sampai terselesaikannya penulisan proposal skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Fakultas Sosial dan Humaniora dan seluruh civitas akademik Universitas Nurul Jadid Probolinggo yang telah membekali ilmu kepada saya.

Atas segala bantuan, pengalaman, kebahagiaan, dan semangat yang diberikan, penulis ucapkan *Jazakumullah Khairon Katsiron*, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal shaleh dan diterima oleh Allah SWT, serta mendapatkan balasan yang lebih baik dunia maupun di akhirat kelak, Amin. Semoga Proposal Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Probolinggo, 27 Desember 2024

PENYUSUN

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. Definisi Konsep.....	4
G. Penelitian Terdahulu.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Digital Marketing	8
B. Peningkatan Penjualan	16
C. Dekripsi Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pengertian Metode Penelitian	21
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data	29
B. Analisis Data	34

C. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49
DAFTARPUSTAKA.....	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	53
RIWAYAT HIDUP.....	62

