

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
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

<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
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
<b>BAB 4 PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
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
<b>BAB 5 SARAN DAN KESIMPULAN .....</b>	<b>41</b>
5.1 KESIMPULAN .....	41
5.2 SARAN .....	41
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	41
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>47</b>