

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

(Studi Kasus di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



oleh :

Arpanda Wahyudi

20403001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

TAHUN 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

(Studi Kasus di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya)

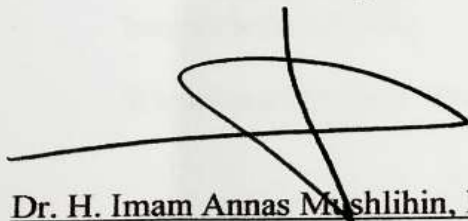
oleh:

Arpanda Wahyudi

NIM. 20403001

Telah disetujui oleh:

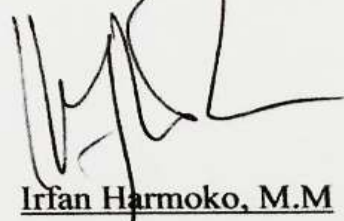
Pembimbing I



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I

NIP. 19750101 199803 1 002

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M

NIP. 1985051 202012 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 3 Desember 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ARPANDA WAHYUDI
NIM : 20403001
Judul : STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus di PT.
Doyan Mitra Sejahtera Surabaya)

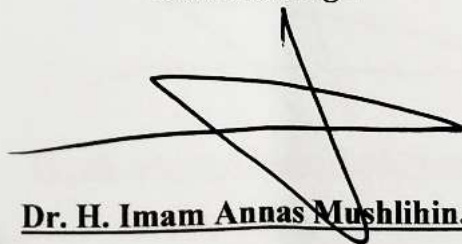
Setelah diperbaiki materi dan susunannya kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

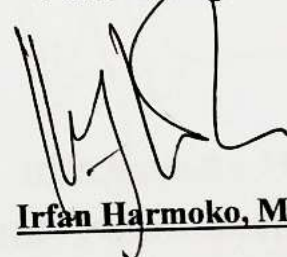
Pembimbing I



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I

NIP. 19750101 199803 1 002

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M

NIP. 1985051 202012 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 15 Januari 2025

Lampiran : 4 (Empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memnuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ARPANDA WAHYUDI
NIM : 20403001
Judul : STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus di PT.
Doyan Mitra Sejahtera Surabaya)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 6 Januari 2025 kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I.

NIP. 19750101 199803 1 002

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M.

NIP. 1985051 202012 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya)

ARPANDA WAHYUDI
NIM. 20403001

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri pada Tanggal 6 Januari 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006
2. Penguji I
Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I
NIP. 19750101 199803 1 002
3. Penguji II
Irfan Harmoko, M.M
NIP. 1985051 202012 1 007


(.....)


(.....)


(.....)

Kediri, 15 Januari 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I
NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

1. Bapak saya, Mahyudin yang selalu bekerja keras serta memberikan dukungan lahir dan batin serta do'a yang tiada henti.
2. Ibu saya, Ibu Zuhriah yang selalu memberikan dukungan lahir dan batin dengan do'a yang tiada henti.
3. Kakak saya, Ida Royani dan Eva Julita, yang telah memberi dukungan, semangat dan motivasi.
4. Abang saya, Royanis Ansori S.H yang telah memberikan arahan dan masukan serta memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang telah menyalurkan ilmu selama perkuliahan berlangsung.
6. Kerabat dekat saya Putra Galuh Pratama, Muhammad nanda Safinun Naja, Ine Febrianti yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu proses penelitian serta telah memberi semangat, dukungan dan do'a.
7. Rekan-rekanita KuPaS Kediri yang memberi semangat, do'a, pelajaran berharga dan hiburan sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman IAIN Kediri Angkatan 2020, terkhusus mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah semoga kita semua sukses, dilancarkan hajat baiknya dan bermanfaat bagi sesama.

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَنِتَّ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

"Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal" (Surah Ali Imran, 3:159)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arpanda Wahyudi
NIM : 20403001
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, ----- 2024

Yang membuat pernyataan

Arpanda Wahyudi

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathahdan ya	Ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...اَ...اِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وِ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ﺍﻝ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan

dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Arpanda Wahyudi 2040301, Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Pt. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. Dosen Pembimbing I Dr. H. Imam Annas Muslih, M.H.I, Dosen Pembimbing II Irfan Harmoko, M.M

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital, Peningkatan Penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran digital dalam upaya meningkatkan penjualan di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola bisnis, termasuk dalam pemasaran. Penggunaan digital menjadi salah satu metode yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien. PT. Doyan Mitra Sejahtera memanfaatkan platform digital seperti *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram*, dan *TikTok* untuk mempromosikan produk serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data primer diperoleh dari CEO, spesialis digital marketing, dan konsumen, sedangkan data sekunder berupa laporan omzet, strategi pemasaran, serta dokumen pendukung lainnya. Peneliti menganalisis data secara sistematis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan telah meningkatkan penjualan secara signifikan. Pemanfaatan platform digital membantu perusahaan dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Selain itu, inovasi dalam konten pemasaran dan kemampuan beradaptasi terhadap tren pasar juga menjadi faktor pendukung keberhasilan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur tentang strategi pemasaran digital, khususnya dalam konteks bisnis makanan cepat saji. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam mengembangkan strategi pemasaran digital untuk mencapai tujuan penjualan. Peneliti juga merekomendasikan perusahaan untuk terus mengembangkan inovasi dalam strategi pemasaran digital agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, Puji Syukur Penulis Panjatkan Atas Kehadirat Allah Swt Yang Telah Memberikan Limpahan Berkat, Rahmat, Taufiq, Serta Hidayah-Nya Hingga Penulisan Skripsi Ini Dapat terselesaikan Dengan Baik. Skripsi Ini Membahas Tentang Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak dan Ibu Dosen, serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.H.I, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I. dan Bapak Irfan Harmoko M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Dendi Herawan. selaku Owner PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya serta Faris Nur Afandi selaku Spesialis Digital Marketing, mbak Lisa Puspitasari selaku Staf Administrasi Serta Staf PT. Doyan Mitra Sejahtera Lainnya.
6. Teman-teman seangkatan 2020, khususnya Program Studi Perbankan Syariah dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan keselamatan dunia akhirat juga balasan kebaikan yang sepadan. Selaku penulis saya menyadari skripsi ini

masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak agar penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi. Diharapkan karya tulis ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

Kediri, 1 Desember 2024

Penulis,

Arpanda Wahyudi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xvi
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penelitian Terdahulu	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Pemasaran Digital	16
1. Pengertian Pemasaran Digital	16
2. Tujuan Pemasaran Digital	18
3. Indikator Pemasaran Digital.....	19
4. Bauran Pemasaran Digital	20
B. Penjualan.....	23
1. Pengertian Penjualan	23
2. Perencanaan Penjualan.....	25
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	26
4. Indikator Peningkatan Penjualan.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31

B. Kehadiran Peneliti.....	32
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Data dan Sumber Data	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Data	37
H. Tahap-Tahap Penelitian	38
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Sejarah PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.....	40
2. Visi dan Misi PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.....	44
3. Struktur Organisasi PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya	45
4. Lokasi Usaha PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.....	47
5. Produk di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya	47
B. Paparan Data	44
1. Strategi Pemasaran <i>Digital</i> di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya	48
2. Peran Pemasaran Digital di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya dalam Meningkatkan Penjualan.....	55
C. Temuan Penelitian.....	71
BAB V PEMBAHASAN	74
A. Strategi Pemasaran <i>Digital</i> di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.....	74
B. Peran Pemasaran Digital di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya dalam Meningkatkan Penjualan.....	83
BAB VI PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perusahaan <i>Fried Chicken</i> Tahun 2023	6
Tabel 1.2	Data pemasaran melalui <i>digital</i> perusahaan <i>Fried Chicken</i> Tahun 2023	7
Tabel 1.4	Data Omset PT. Doyan Mitra Sejahtera Tahun 2020-2023	7
Tabel 4.1	Data Iklan Kata Kunci Doyan Ayam Tnggal 5 November 2024.....	49
Tabel 4.2	Data Pemasaran digital PT. Doyan Mitra <i>platfrom</i> Melalui Media Sosial (<i>Instagram</i>) 1 Oktober- 31 Desember 2024	59
Tabel 4.3	Data Pemasaran digital PT. Doyan Mitra Melalui <i>platfrom</i> Media Sosial (<i>Tiktok</i>) 10 Oktober 2024 - 7 Januari 2025.....	62
Tabel 4.4	Data Pemasaran digital PT. Doyan Mitra Sehtera Surabaya Melalui (<i>Google ads</i>) tanggal 2 November – 31 Desember 2024	64
Tabel 4.5	Data Performa kata kunci pada <i>Google Ads</i> PT. Doyan Mitra Sehtera Surabaya tanggal 2 November – 31 Desember 2024	65
Tabel 4.6	Data Pengelolaan Iklan PT. Doyan Mitra Sehtera Surabaya Melalui (<i>Facebook ads</i>) tanggal 1 Oktober – 31 Desember 2024.....	67
Tabel 4.7	Data <i>Report Over View</i> PT. Doyan Mitra Sehtera Surabaya tanggal 1 Oktober – 31 Desember 2024.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Peningkatan Jumlah Outlet Doyan Ayam Tahun 2016-2022	41
Gambar 4.2	Penyebaran Mitra Doyan Ayam di Berbagai Daerah Indonesia & Malaysia.....	42
Gambar 4.3	Data Surat Mitra Doyan Ayam di Malaysia	43
Gambar 4.4	Data Dokumentas Salah Satu cabang Doyan Ayam Malaysia	43
Gambar 4.5	Varian menu Doyan Ayam	48
Gambar 4.6	Pemasaran Melalui Google Ads PT. Doyan Mitra Sejahtera.....	50
Gambar 4.7	Pemasaran melalui Instagram dan Tiktok PT. Doyan Mitra Sejahtera...	60
Gambar 4.8	Pemasaran melalui <i>facebook Ads</i> PT. Doyan Mitra Sejahtera.....	62
Gambar 4.9	<i>Report Over View</i> PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Pedoman Dokumentasi
- Lampiran 3 : Pedoman Observasi
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 6: Foto Dokumentasi
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup