

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO... ..	iv
ABSTRAK... ..	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5. Lokasi Dan Lamanya Penelitian	10
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2. Lamanya penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	12
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1. Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	12
2.1.2. Kontribusi dan Peranan UMKM /Usaha Kecil	12
2.1.3. Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	13
2.1.4. Pengertian <i>Digital</i>	14
2.1.5. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.6. Teori <i>Digital Marketing</i>	17
2.1.7. Indikator <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.8. Kelebihan Dan Kekurangan <i>Digital Marketing</i>	19
2.1.9. Dimensi <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.10. Media <i>Digital Marketing</i>	22
2.1.11. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas <i>Digital Marketing</i>	24
2.1.12. Perbedaan <i>Digital Marketing</i> dengan <i>Traditional Marketing</i> ...	24

2.1.13. Pengertian Volume Penjualan.....	26
2.1.14. Indikator Volume Penjualan	27
2.1.15. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	28
2.1.16. Hubungan <i>Digital Marketing</i> Dengan Volume Penjualan Produk	31
2.1.17. Pengertian Produk.....	33
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
2.4. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Metode Penelitian.....	42
3.1.1. Paradigma Penelitian	42
3.1.2. Metode Penelitian Yang Digunakan	43
3.1.3. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	43
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.1.5. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Usaha Kecil Flouriz Gift Kabupaten Bandung.....	57
4.1.1. Sejarah Singkat Usaha Kecil Flouriz Gift.....	57
4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	58
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	60
4.2.1. Penerapan <i>Digital Marketing</i> Pada Usaha Kecil Flouriz Gift Kabupaten Bandung.....	60
4.2.2. Keadaan Volume Penjualan Usaha Kecil Flouriz Gift	74
4.2.3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Volume Penjualan Usaha Kecil Flouriz Gift.....	87
4.2.4. Analisis Instrumen Penelitian	93
4.2.5. Analisis Data	99
4.2.6. Hambatan Dan Upaya Perusahaan Dalam Penerapan <i>Digital Marketing</i> Pada Flouriz Gift	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Kesimpulan.....	109
5.1.1. Gambaran Umum Usaha Kecil Flouriz Gift Kabupaten Bandung	109
5.1.2. Penerapan <i>Digital Marketing</i> Pada Usaha Kecil Flouriz Gift Kabupaten Bandung.....	109
5.1.3. Kondisi Volume Penjualan Produk Usaha Kecil Flouriz Gift .	110
5.1.4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Volume Penjualan Produk Usaha Kecil Flouriz Gift.....	110
5.1.5. Hambatan Dan Upaya Perusahaan Dalam Penerapan <i>Digital Marketing</i> Pada Flouriz Gift	111

5.2. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN - LAMPIRAN	117