

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian	12
1.4.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.4.2 Lamanya Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Administrasi Bisnis	14
2.2 Pemasaran	15
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	16
2.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	16
2.3 Digital Marketing.....	20
2.3.1 Indikator Digital Marketing	21
2.3.2 Dimensi Digital Marketing	21
2.3.3 Media Digital Marketing.....	22
2.3.4 Keunggulan dan Kelemahan Digital Marketing	25
2.4 Daya Saing	26

2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing.....	27
2.5 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	28
2.5.1 Pengertian UMKM.....	28
2.5.2 Sektor Kuliner.....	30
2.6 Penelitian Terdahulu	31
2.7 Kerangka Pemikiran.....	35
2.8 Proposisi.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan	38
3.1.2 Instrumen Penelitian Data.....	39
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.1.4 Teknik Triangulasi.....	39
3.1.5 Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Home Industry Citra TK Utama	49
4.1.2 Logo dan Profil Usaha Home Industry Citra TK Utama	50
4.1.3 Visi dan Misi Home Industry Citra TK Utama	51
4.1.4 Struktur Organisasi	52
4.1.5 <i>Job Description</i>	53
4.2 Penerapan Digital Marketing pada Citra TK Utama Pangalengan Menggunakan Indikator Digital Marketing dan Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing.....	54
4.2.1 <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	56
4.2.2 <i>Interactivity</i> (Interaktivitas)	64
4.2.3 <i>Entertainment</i> (Hiburan).....	70
4.2.4 <i>Credibility</i> (Kepercayaan).....	74
4.2.5 Teknologi	80
4.2.6 Biaya Input.....	85
4.2.7 Produksi Ekonomi.....	89
4.2.8 Iklan dan Promosi	93
4.3 Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Home Industry Citra TK Utama Pangalengan	97
4.3.1 Faktor Pendukung	97
4.3.2 Faktor Penghambat	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Olahan Citra TK Utama.....	6
Tabel 1. 2 Daftar Pesaing Home Industry Cita TK Utama	7
Tabel 1. 3 Jadwal Penelitian.....	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Data Informan	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3. 1 Triangulasi Teknik.....	40
Gambar 3. 2 Triangulasi teknik pengumpulan data	45
Gambar 3. 3 Komponen dalam analisis data	48
Gambar 4. 1 Logo Home Industry Citra TK Utama Pangalengan.....	51
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Home Industry Citra TK Utama	52
Gambar 4. 3 Media digital yang sudah dipakai oleh Home Industry Citra TK Utama	61
Gambar 4. 4 Interaktivitas yang dilakukan konsumen dan penjual melalui media digital	68
Gambar 4. 5 Penilaian Konsumen di Shopee.....	79
Gambar 4. 6 Teknologi produksi yang digunakan Home Industry Citra TK Utama	84
Gambar 4. 7 Karyawan Citra TK Utama	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara.....	113
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	123
Lampiran 3 Surat Keterangan Pembimbing.....	126
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	127
Lampiran 5 Surat Izin Wawancara.....	128
Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	129
Lampiran 7 Surat Undangan Sidang.....	130