

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	7
1.5 Kerangka Berpikir	8
1.6 Permasalahan Utama	11
1.7 Hasil Penelitian Terdahulu	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Perubahan Sosial	14
2.1.1 Pengertian Perubahan Sosial.....	14
2.1.2 Faktor Terjadinya Perubahan Sosial	15
2.1.3 Bentuk-bentuk Perubahan Sosial	15
2.2 Perilaku.....	17
2.2.1 Pengertian Perilaku	17
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku.....	18
2.2.3 Proses Pembentukan Perilaku	19
2.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	20
2.3.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	20
2.3.2 Tujuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	21
2.3.3 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	22
2.4 <i>Digital Marketing</i>	23

2.4.1	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	23
2.4.2	Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	25
2.4.3	Manfaat <i>Digital Marketing</i>	26
2.5	Pandemi Covid-19.....	28
2.6	Teori Behaviorisme	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1	Pendekatan dan Metode Penelitian	34
3.2	Jenis dan Sumber Data	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Analisis Data	39
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1	Deskripsi Data	43
4.2	Faktor Penyebab Perubahan UMKM Dalam Menjual Produknya di Masa Pandemi Covid-19.....	48
4.3	Bentuk Perilaku UMKM Dalam Menggunakan <i>Digital Marketing</i> di Masa Pandemi Covid-19.....	60
4.4	Hambatan Pelaku UMKM Selama Menggunakan <i>Digital Marketing</i> di Masa Pandemi Covid-19	73
BAB V	PENUTUP.....	84
5.1	Simpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		89
RIWAYAT HIDUP		102