

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu	8
B. Konsep dan Teori	13
1. Manajemen	13
a. Pengertian Manajemen.....	13
b. Tujuan Manajemen	14
c. Manfaat Manajemen	14
d. Fungsi Manajemen.....	15
e. Unsur-unsur Manajemen	16
2. Pemasaran	17
a. Pengertian Pemasaran	17
b. Tujuan Pemasaran.....	18

c. Fungsi Pemasaran	18
d. Macam-macam Pemasaran	19
3. Harga.....	19
a. Pengertian Harga.....	19
b. Tujuan Penetapan Harga	20
c. Indikator Penetapan Harga	21
4. Digital Marketing	22
a. Pengertian Digital Marketing	22
b. Tujuan Penggunaan Digital Marketing	22
c. Manfaat Penggunaan Digital Marketing	23
d. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaa Digital Marketing	23
e. Keunggulan Penggunaa Digital Marketing	24
f. Kelemahan Penggunaa Digital Marketing	25
g. Dimensi <i>Digital Marketing</i>	25
5. Penjualan	27
a. Pengertian Penjualan	27
b. Tujuan Penjualan	28
c. Jenis Penjualan.....	28
d. Indikator Tingkat Penjualan	29
e. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan	29
f. Usaha untuk Meningkatkan Penjualan.....	30
6. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	31
a. Pengertian UMKM.....	31
b. Tujuan UMKM	32
C. Kerangka Penelitian.....	34
D. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Metode Penelitian	38
B. Jenis Data	39
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Variabel Penelitian	42

E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Analisis Instrumen Data.....	45
1. Analisis Statistik Deskriptif	45
2. Uji Validitas	45
3. Uji Reliabilitas.....	46
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
H. Hipotesis	47
I. Koefisien Detreminasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
2. Analisis Data.....	53
1. Analisis Deskriptif.....	53
2. Analisis Instrumen Data.....	63
3. Analisis Regresi Linear Berganda	68
4. Uji hipotesis.....	70
5. Uji Koefisien Determinasi.....	74
3. Pembahasan Hasil penelitian	76
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 1.2 Klasifikasi Kelemahan UMKM.....	33
Tabel 3.1 Ovrasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Kriteria Reliabilitas.....	46
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.1 karakteristik Resonden Berdasarkan Pendidikan Terakhihr	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	54
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Digital Marketing (X1).....	56
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X2).....	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Penjualan (Y)	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X1	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X2	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	67
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji-T)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik Simultan (Uji-F).....	73
Tabel 4.15 Interpretasi Koefisein Determinasi	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik KOefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Penelitian.....	3
---	---





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG