

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus penelitian.....	7
C. Rumusan masalah	7
D. Tujuan penelitian	7
E. Manfaat penelitian	8
F. Sistematika penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
A. Teori – Teori Yang Terkait Dengan Judul.....	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Strategi Pemasaran	11
3. Digital Marketing	13
B. Penelitian terdahulu	56
C. Kerangka berfikir.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Jenis dan Pendekatan	62
B. Setting penelitian	62
C. Subyek penelitian	62
D. Sumber data	62
E. Teknik Pengumpulan Data	64
F. Pengujian Keabsahan Data	66
G. Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Gambaran Obyek Penelitian	68
1) Latar Belakang Kudus City Walk.....	68
B. Deskripsi data penelitian	69

1) Digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Kudus.....	70
2) Hambatan atau kendala digital marketing dan strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk	77
3) Solusi tentang digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk.....	78
C. Analisis data penelitian.....	78
1) Analisis tentang digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk.....	78
2) Analisis tentang kendala atau hambatan digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk.....	80
3) Analisis solusi digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk.....	80
4) Analisis manfaat digital marketing strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dilakukan oleh pedagang asongan di Kudus City Walk.....	81
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tulisan Kudus City Walk68
Gambar 2. Tata Letak Pedagang Asongan Di Kudus City Walk.....69



DAFTAR TABEL

Table 1. Data Responden.....69
Table 2. Data Pedagang Asongan Di City Walk70

