

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Munaqosyah.....	iii
Pernyataan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Motto .....	vi
Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II : KERANGKA TEORI</b>	
A. Manajemen Pemasaran .....	5
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	5
2. Strategi Pemasaran .....	6
3. Jenis-jenis Pemasaran .....	7
4. Bauran Pemasaran.....	8
B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	10
1. Pengertian UMKM.....	10
2. Kriteria UMKM .....	11
3. Klasifikasi UMKM .....	12
4. Kekuatan dan Kelemahan UMKM .....	13
5. Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia .....	14
C. <i>Digital Marketing</i> .....	14
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	14
2. Karakteristik <i>Digital Marketing</i> .....	15
3. Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i> .....	16
D. Penelitian Terdahulu .....	23
E. Kerangka Berfikir .....	24

**BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	26
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	28
C. Subjek Penelitian .....	28
D. Sumber Data .....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Uji Keabsahan Data .....	32
G. Analisis Data.....	33

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Umum.....	37
1. Sejarah UMKM RBJ Tulenia Coffe.....	37
2. Harga kopi di kedai Tulenia Coffe.....	38
3. Laporan Penjualan Tulenia Coffe dalam Digital Marketing.....	39
4. Penyebab Penjualan UMKM Tulenia Coffe Turun Setelah Menggunakan <i>Digital Marketing</i> .....	41
B. Data Penelitian.....	41
1. Digital Marketing yang Digunakan.....	41
2. Sejauh mana Efektivitas Digital Marketing pada UMKM Tulenia Coffe .....	57
C. Analisis Data Penelitian.....	65
1. Analisa Peneliti Mengenai Strategi Marketing yang Digunakan UMKM Tulenia Coffe ( <i>Digital Marketing</i> ) .....	65
2. Analisa Peneliti Mengenai Sejauh mana Efektivitas Digital Marketing pada UMKM Tulenia Coffe .....	70

**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	76
B. Keterbatasan Penelitian .....	76
C. Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENELITI**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kriteria UMKM .....	11
Tabel 2.2	Kerangka Berfikir .....	25
Tabel 3.1	Jenis Penelitian .....	27
Tabel 3.2	Verifikasi .....	36
Tabel 4.1	Laporan Penjualan kopi Tulenia dalam <i>Digital Marketing</i> .....	39
Tabel 4.2	Tabulasi Data 10 Responden Tulenia Coffe .....	57
Tabel 4.3	Efektivitas <i>Digital Marketing</i> bagi Tulenia Coffe .....	59
Tabel 4.4	Unsur <i>Attention</i> (Perhatian) .....	59
Tabel 4.5	Unsur <i>Interest</i> (Ketertarikan) .....	60
Tabel 4.6	Unsur <i>Search</i> (Mencari Informasi) .....	61
Tabel 4.7	Unsur <i>Action</i> (Tindakan) .....	63
Tabel 4.8	Unsur <i>Search</i> (Bagi) .....	64
Tabel 4.9	Analisa Peneliti Strategi <i>Digital Marketing</i> Tulenia Coffe .....	65
Tabel 4.10	Grafik Penjualan Tulenia Coffe dalam <i>Digital Marketing</i> periode 2017-2018 .....	69
Tabel 4.11	Grafik Penjualan Tulenia Coffe dalam <i>Digital Marketing</i> periode 2020.....	69
Tabel 4.12	Analisis Data Keefektivisian <i>Digital Marketing</i> bagi Tulenia Coffe Unsur <i>Attention</i> (Perhatian) .....	70
Tabel 4.13	Unsur <i>Interest</i> (Ketertarikan) .....	71
Tabel 4.14	Unsur <i>Search</i> (Mencari Informasi) .....	72
Tabel 4.15	Unsur <i>Action</i> (Tindakan) .....	72
Tabel 4.16	Unsur <i>Share</i> (Bagi) .....	73
Tabel 4.17	Disparitas Tingkat Keefektivisian <i>Digital Marketing</i> bagi Tulenia Coffe.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Sejarah UMKM RBJ Tulenia Coffe.....	37
Gambar 4.2	Harga kopi di kedaiTulenia Coffe Cup .....	38
Gambar 4.3	Digital Marketing yang digunakan ( <i>Website</i> Penjualan) .....	43
Gambar 4.4	Media Sosial Gadget (Facebook) .....	44
Gambar 4.5	Media Sosial Gadget (WhatsApp).....	46
Gambar 4.6	Media Sosial Gadget (Instagram).....	47
Gambar 4.7	<i>Digital Marketing</i> yang digunakan ( <i>Website</i> atau Situs).....	48
Gambar 4.8	Aplikasi <i>Marketplace</i> (Shopee) .....	49
Gambar 4.9	Kilas Balik Penjualan Tulenia Coffe dalam <i>marketplace</i> Shopee .....	51
Gambar 4.10	Aplikasi <i>Marketplace</i> (Tokopedia) .....	52
Gambar 4.11	Kilas Balik Penjualan Tulenia Coffe dalam <i>marketplace</i> Tokopedia .....	55
Gambar 4.8	Aplikasi <i>Marketplace</i> (Bukalapak) .....	57