

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	10
1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	10
2. Kriteria UMKM	12
3. Tujuan UMKM	13
B. <i>Digital Marketing</i>	13
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	13
2. Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	15
3. Etika Dalam <i>Digital Marketing</i>	17
4. Dimensi <i>Digital Marketing</i>	19
5. Indikator <i>Digital Marketing</i>	20
6. <i>Digital Marketing</i> Dalam Pandangan Islam	21
C. Kualitas Produk	22
1. Pengertian Kualitas Produk.....	22
2. Dimensi Kualitas Produk	23
3. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam	25
D. Harga.....	27
1. Pengertian Harga.....	27
2. Dimensi Harga	28
3. Indikator Harga	28
4. Harga Dalam Pandangan Islam	29

E. Pendapatan	31
1. Pengertian Pendapatan	31
2. Jenis-Jenis Pendapatan	32
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan.....	34
4. Pendapatan Dalam Pandangan Islam.....	35
F. Penelitian Terdahulu	36
G. Kerangka Berfikir.....	41
H. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
B. <i>Setting</i> Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Desain dan Definisi Variabel Operasional.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas	52
G. Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas.....	52
2. Uji Heteroskedastisitas.....	53
3. Uji Multikolinieritas	54
H. Teknik Analisis Data	54
1. Teknik Analisis Data.....	54
2. Pengujian Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Desa Kedungsari	57
B. Gambaran Umum Responden.....	59
C. Deskripsi Data Penelitian	61
D. Uji Instrumen Penelitian	67
E. Uji Asumsi Klasik	69
F. Hasil Analisis Statistik	74
G. Pembahasan.....	79
H. Implikasi Penelitian	84
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan	86
C. Saran.....	86
D. Penutup.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	181

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.2 Definisi Variabel Operasional	48
Tabel 4.1 Mata Pencarian Masyarakat Desa Kedungsari	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.3 Usia Responden	60
Tabel 4. 4 Penggunaan Media Sosial	60
Tabel 4.5 Data Hasil Penelitian Variabel <i>Digital Marketing</i>	61
Tabel 4.6 Data Hasil Penelitian Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4.7 Data Hasil Penelitian Variabel Harga	65
Tabel 4.8 Data Hasil Penelitian Variabel Tingkat Pendapatan	66
Tabel 4.9 Tabel Uji Validitas Responden	68
Tabel 4.10 Tabel Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.11 Tabel Uji Normalitas Dengan Uji Kolmogrov-Smirnov	71
Tabel 4.12 Tabel Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.13 Tabel Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 41
Gambar 4.1 Peta Wilayah Desa Kedungsari 57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas 70
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 72

