

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
G. Penegasan Istilah	8
H. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Industri Kecil Menengah (IKM)	10
B. Tinjauan tentang Bauran Pemasaran Secara Online.....	15
1. Pengertian Pemasaran	15
2. Pengertian Bauran Pemasaran	16

3. Unsur Bauran Pemasaran	17
4. Bauran Pemasaran Secara Online	19
5. Manfaat Bauran Pemasaran Secara Online	22
6. Berbagai Media Pemasaran Secara Online	25
C. Tinjauan tentang Minat Beli Konsumen	29
1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	29
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	30
3. Indikator Minat Beli Konsumen	34
4. Ciri-Ciri Minat Beli Konsumen.....	35
D. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
E. Kerangka Konseptual	42
F. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	46
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	49
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	51
E. Teknik Analisis Data	54

BAB IV HASIL TEMUAN

A. Paparan Data Identitas Responden	59
B. Analisis Data	62

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Bauran Pemasaran Secara Online terhadap Minat Beli Konsumen	74
--	----

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN