

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	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Efektivitas	15
----------------------	----

1. Pengertian Efektivitas.....	15
2. Prinsip Efektivitas	16
3. Indikator Efektivitas	17
4. Pengukuran Efektivitas.....	18
B. E-commerce	22
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	22
2. Jenis Jenis E-commerce	25
3. Kelebihan dan Kelemahan E-commerce.....	29
4. Karakteristik <i>E-commerce</i>	31
5. Mekanisme Transaksi di <i>E-commerce</i>	32
6. Faktor Pendukung dan Hambatan Penggunaan <i>E-commerce</i>	32
7. E-commerce Shopee	34
C. Pemasaran	36
1. Pengertian Pemasaran	36
2. Strategi Pemasaran.....	37
3. Faktor Penting dalam Strategi Pemasaran	40
D. Pandemi Covid-19.....	46
1. Pengertian Pandemi Covid-19	46
2. Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian.....	48
E. Penelitian Terdahulu	51
F. Kerangka Berpikir.....	54

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
---	----

B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Kehadiran Peneliti.....	58
D. Data dan Sumber Data	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data.....	62
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	63
H. Tahap-Tahap Penelitian	66

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian.....	69
B. Analisis Data	82

BAB V PEMBAHASAN

A. Efektivitas <i>e-commerce</i> shopee sebagai media pemasaran pada masa pandemi Covid-19 pada <i>online shop</i> Evona Karangrejo Tulungagung	92
B. Faktor pendukung pemasaran melalui <i>e-commerce</i> shopee pada masa pandemi Covid-19 terhadap <i>online shop</i> Evona Karangrejo Tulungagung	101
C. Faktor penghambat pemasaran melalui <i>e-commerce</i> shopee di masa pandemi Covid-19 terhadap <i>online shop</i> Evona Karangrejo Tulungagung	103
D. Solusi yang diterapkan oleh <i>online shop</i> Evona untuk mengatasi kendala dalam pemanfaatan <i>E-commerce</i> shopee sebagai media pemasaran pada dimasa pandemi Covid-19.....	105

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 107

B. Saran..... 108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN