

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xv
ASBTRACT	xvi
DAFTAR ISI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah	15
B. Media Sosial	18

C. Pemasaran	22
D. Penelitian Terdahulu	27
E. Paradigma Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Kehadiran Peneliti	37
D. Data dan Sumber Data	37
E. Metode Pengumpulan Data	38
F. Teknik Analisis Data	41
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	43
H. Tahap-tahap Penelitian	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN	47
A. Objek Lokasi Penelitian	47
B. Temuan Penelitian	49
C. Analisis Data	62
BAB V	71
PEMBAHASAN	71
A. Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Berbasis Syariah bagi Peningkatan Penjualan Pada UMKM Songkok Batik	71
B. Hambatan Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Syariah UMKM Songkok Batik	86
C. Solusi Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Penjualan Melalui Media Sosial UMKM Songkok Batik	89
BAB VI	91
PENUTUP	91

A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96