

DAFTAR ISI

Sampul luar.....	i
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
Halaman Lampiran.....	xv
Abstrak.....	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	12

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Penggunaan.....	14
-------------------------------	----

B. Pengertian E-Commerce.....	15
C. Sejarah E-Commerce.....	16
D.Indikator E-Commerce.....	17
E. Indikator E-commerce dari penggunaan untuk meningkatkan omzet.....	18
F. E-Commerce di kalangan generasi milenial.....	19
G. Omzet Penjualan.....	21
H. Jenis-jenis E-Commerce.....	28
I. Kekurangan dan kelebihan E-Commerce dan karakteristik serta manfaat.....	30
J. Perbedaan E-commerce dan E-sosial.....	32
K. Teori Penelitian terdahulu.....	33
L.Kerangka Konseptual.....	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitain.....	41
B. Kehadiran Peneliti.....	43
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Waktu Penelitan.....	44
E. Teknik Pengumpulan data.....	44
F. Teknik Analisis data.....	46
G. Sumber data.....	46
H. Pengecekan keabsahan.....	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Toko Home game	
1. Sejarah Toko Home game.....	52
2. Lokasi.....	52

3. Visi dan Misi.....	54
4. Produk.....	54
5. Sasaran dan Tujuan.....	55
6. Struktur organisasi.....	55
B. Temuan penelitian	
1. E-commerce sebagai media penjualan.....	56
2. E-commerce mempermudah Transaksi.....	58
3. Produk toko home game.....	59
4. Harga Produk dari toko home game.....	60
5. Strategi pemasaran Toko home game.....	62
6. Perkembangan omzet sesudah dan sebelum menggunakan e-commerce padabisnis generasi milenial pada toko home game.....	63
7. Hambatan penggunaan e-commerce dan solusi.....	64
8. Optimalisasi penggunaan e-commerce pada toko Home game.....	66
9. Pendapatan penjualan offline dan online melalui e-commerce selama bulan januari sampai maret	69
 BAB V : PEMBAHASAN	
A. Optimalisasi penggunaan e-commerce dalam memasarkan Produk.....	74
B. Hambatan yang dirasakan ketika memasarkan melalui e-commerce.....	74
C. Solusi permasalahan yang dihadapi pebisnis dalam memasarkan Produk melalui e-commerce.....	77
D. Omzet pemasaran secara offline dan online menggunakan e-commerce.....	79

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....81
B. Saran.....81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN