

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	10
F. Penegasan Istilah	12
1. Definisi Konseptual	12
2. Definisi Operasional.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kajian Teori	15
1. Teori Pemasaran Digital	15
2. Teori Modal Usaha	20
3. Teori Inovasi Produk.....	23
4. Teori Pendapatan	26
B. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	31
C. Kerangka Konseptual.....	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
1. Pendekatan Penelitian	40
2. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	41
3. Sampling Penelitian.....	42
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuranya	43
1. Sumber Data	43
2. Variabel Penelitian	43
3. Skala pengukuran.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Teknik Pengumpulan Data	46
2. Instrumen Penelitian.....	47
E. Teknik Anaisis Data.....	49
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
2. Analisis regresi linear berganda.....	54
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
1. Struktur Organisasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kampun Pisang .	61
B. Deskripsi Responden	62
1. Karakteristik Jenis Kelamin	62
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	63
3. Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha UMKM	64
4. Klasifikasi UMKM.....	64
C. Deskripsi Variabel Penelitian	66
1. Variabel Pemasaran Digital (X1).....	67
2. Variabel Modal Usaha (X2)	68
3. Variabel Inovasi Produk (X3)	68
4. Variabel Pendapatan (Y).....	69
D. Hasil Analisis Data	70
1. Uji Instrumen Data	70
2. Uji Asumsi Klasik.....	73
3. Analisis Regresi Liniear Berganda.....	79

4. Hasil Uji Hipotesis.....	81
BAB V PEMBAHASAN	88
A. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kampung pisang Trepan Babat Kabupaten Lamongan.....	88
B. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kampung Pisang Trepan Babat Kabupaten Lamongan	90
C. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kampung Pisang Trepan Babat Kabupaten Lamongan	92
D. Pengaruh Pemasaran Digital, Modal Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kampung Pisang Trepan Babat Kabupaten Lamongan	93
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
Lampiran-Lampiran	