

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
A. Strategi Digital Marketing.....	12
B. Media Sosial	21

C. Instagram.....	24
D. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	25
E. Omset Penjualan	25
F. Penelitian Terdahulu.....	28
G. Kerangka Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Rancangan Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Penelitian.....	36
D. Data dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Analisis Data	38
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	39
H. Tahapan Penelitian	39
I. Sistematika Penulisan Skripsi.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	42
A. Paparan Data	42
B. Temuan Penelitian.....	53
C. Analisis Data	93
BAB V PEMBAHASAN	98
A. Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada UMKM Seblak Nyenyeny.....	98
B. Permasalahan yang dialami oleh UMKM Seblak Nyenyeny dalam melakukan strategi digital marketing melalui media sosial Instagram:.....	107
C. Solusi yang dilakukan oleh UMKM Seblak Nyenyeny untuk mengatasi permasalahan dalam strategi digital marketing melalui sosial media Instagram.	111
BAB VI PENUTUP	115

A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	119