

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	1
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR 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
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penegasan Istilah.....	12
F. Penyusunan Sistematika.....	14
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	16
A. Pemasaran	16

B. Pemasaran Media Sosial	19
C. Inovasi Produk	25
D. Volume Penjualan	34
E. Penelitian Terdahulu	36
F. Kerangka Berpikir.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Kehadiran Peneliti.....	44
D. Data dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
H. Tahap-Tahap Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
A. Gambaran Umum UMKM Queenbacok.id Blitar.....	56
B. Paparan Data	61
C. Temuan Penelitian.....	86
BAB V PEMBAHASAN	94
A. Peran Pemasaran Media Sosial untuk meningkatkan volume penjualan. .	94
B. Peran Inovasi Produk untuk meningkatkan volume penjualan.	101
C. Peran Pemasaran Media dan Inovasi Produk untuk meningkatkan volume penjualan.	104
BAB VI PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105

B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113