

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PU	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Strategi Pemasaran Digital Media Sosial	9
2.1.2 Pemasaran Digital Media Sosial	9
2.1.3 Jenis Pemasaran Digital	9
2.2 UMKM.....	10
2.2.1 Kriteria UMKM.....	10
2.2.1 Kriteria UMKM.....	11
2.3 Konsep AISAS.....	11

2.4 Media Sosial	13
2.4.1 Pengertian	13
2.4.2 Jenis Media Sosial	13
2.5 Influencer.....	14
2.5.1 Pengertian	14
2.5.2 Fungsi.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	14
2.7 Kerangka Berpikir	15
BAB 3	16
METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Prosedur Penelitian.....	17
3.2.1 Jenis Data.....	17
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.2.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3 Informan Penelitian	19
3.4 Teknik Analisis Data	19
3.4.2 Penyajian Data	20
3.4.3 Pengambilan Kesimpulan dan Saran	20
3.5 Pengujian Data	20
3.5.1 Triangulasi	20
3.6 Tahapan Penelitian	21
3.6.1 Tahap Pra Penelitian	22
3.6.2 Tahap Lapangan.....	22
3.6.3 Tahap Analisis Data.....	22
3.6.4 Tahap Penarikan Kesimpulan dan Saran	22

3.6.5 Tahap Pengumpulan Data	23
BAB 4	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.1.1 Profil UMKM.....	25
4.1.2 Histori penerapan pemasaran UMKM Sweetdrips.id dua Tahun Terakhir	25
4.2 Profil Informan	25
4.3 Pengumpulan Data	27
4.4 Pengelolaan Data dan Analisis Data	28
4.4.1 Transkrip Data.....	28
4.5 Triangulasi	28
4.5.1 Triangulasi Teknik	28
4.6 Pembahasan	29
4.6.1 Hasil Efektivitas Penerapan Pemasaran Digital Marketing Menggunakan Influencer Media Sosial Instagram Pada UMKM Sweetdrips.id	35
BAB 5	37
PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	39