

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vii
BIOGRAFI PENULIS	x
DAFTAR ISI	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teoritis	6
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	30
2.4. Hipotesis Penelitian	33
III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2. Populasi dan Sampel.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Pengumpulan Data.....	36
3.5. Analisis Data	38

3.6. Definisi Operasional.....	43
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	45
4.1. Sejarah Usaha	45
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	46
4.3. Sumberdaya Perusahaan.....	47
4.4. Struktur Organisasi.....	53
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
5.1. Identitas Informan	55
5.2. Identitas Responden.....	56
5.3. Proses Produksi Sarabba Instan SJ	61
5.4. Metode Pemasaran yang Digunakan Pada Usaha Sarabba Instan SJ	63
5.5. Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pemasaran	65
5.5.1. Deskripsi Variabel Digital Marketing	66
5.7. Hubungan Digitalisasi dalam Pengembangan Pemasaran Produk pada Usaha Sarabba Instan SJ	68
5.8. Analisis Chi-Square.....	69
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1. Kesimpulan.....	82
6.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84