

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. <i>E-Commerce</i>	11
1. Pengertian Daya Tarik Internet.....	11
2. Pengertian <i>E-Commerce</i>	14
3. Penggolongan <i>E-Commerce</i>	19
4. Manfaat <i>E-Commerce</i> Dalam Bisnis.....	21
B. Penjualan.....	22
C. Usaha Kecil Menengah.....	28
1. E-Commerce Untuk Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	28
2. Implementasi E-Commerce pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	30
D. Hasil penelitian Terdahulu.....	31
E. Kerangka Berfikir.....	35

BAB III	METODE PENELITIAN	36
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
	B. Sumber Data.....	37
	C. Lokasi Pengumpulan Data.....	38
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
	E. Uji Keabsahan Data.....	41
	F. Analisis Data.....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
	A. Gambaran Umum Marzeta Hijab.....	46
	1. Sejarah dan Perkembangan Marzet Hijab Kudus.....	46
	2. Visi dan Misi.....	48
	3. Profil Marzeta Hijab Kudus.....	49
	4. Harga Produk Marzeta Hijab Kudus.....	49
	5. Struktur Organisasi.....	51
	6. Fasilitas Layanan.....	53
	B. Deskripsi Penelitian	54
	1. Penerapan <i>E-Commerce</i> Di Marzeta Hijab Kudus.....	54
	2. Penerapan dan Hambatan <i>E-Commerce</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Marzeta Hijab Kudus.....	64
	3. Perspektif Penerapan <i>E-Commerce</i> Dalam Penjualan Marzeta Hijab Kudus Pada Teori Philip Kotler 4P.....	74
	C. Analisis Dan Pembahasan	75
	1. Penerapan <i>E-Commerce</i> Di Marzeta Hijab Kudus.....	75
	2. Penerapan <i>E-Commerce</i> dan Hambatan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Marzeta Hijab Kudus.....	77
	3. Perspektif Penerapan <i>E-Commerce</i> Dalam Penjualan Marzeta Hijab Kudus Pada Teori Philip	

	Kotler 4P.....	81
BAB V	PENUTUP	82
	A. Kesimpulan	82
	B. Keterbatasan Penelitian.....	83
	C. Saran.....	83
	D. Penutup.....	84
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

1.	Kerangka berpikir.....	2.1	35
2.	Skema analisis data.....	3.1	45
3.	Profil Marzeta Hijab.....	4.1	48
4.	Produk Marzeta Hijab.....	4.2	49
5.	Struktur Organisasi.....	4.3	51
6.	Penerapan <i>e-commerce</i> dengan menggunakan Shopee.....	4.4	54
7.	Penerapan <i>e-commerce</i> dengan menggunakan Facebook.....	4.5	55
8.	Penerapan <i>e-commerce</i> dengan menggunakan Instagram.....	4.6	56
9.	Penerapan <i>e-commerce</i> dengan menggunakan WhatsApp.....	4.7	57

