DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI ..... **ii**
LEMBAR ORISINALITAS KARYA ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 6
1.3. Batasan Masalah 7
1.4 Rumusan Masalah 8
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6. Manfaat Penelitian 8
1.6.1 Manfaat Teoritis 9
1.6.2 Manfaat Praktis 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1. Kajian Teori 10
2.1.1 Teori Pemasaran Produk 10
2.1.1.1 Definisi Pemasaran 10
2.1.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran 12
2.1.1.3 Konsep Strategi Pemasaran 13
2.1.1.4 Peningkatan Pemasaran Produk 17
2.1.2 Teori Literasi Digital 18
2.1.2.1 Definisi Literasi Digital 18

2.1.2.2 Perkembangan Konsep Literasi Digital 19
2.1.2.3 Dimensi Literasi Digital 22
2.1.2.4 Manfaat Literasi Digital 24
2.2. Penelitian Relevan 26
2.3. Kerangka Berpikir 27
2.4 Hipotesis Penelitian 29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian 31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 32
3.3.1 Populasi Penelitian 32
3.3.2 Sampel Penelitian 33
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian 33
3.5 Variabel Penelitian 35
3.5.1 Defenisi Operasional Variabel 36
3.5.1.1 Literasi Digital 36
3.5.1.2 Pemasaran Produk 36
3.6 Teknik Pengumpulan Data 36
3.6.1 Instrumen 37
3.6.1.1 Kuesioner 37
3.7 Teknik Analisis Data 40
3.7.1 Uji Instrumen 40
3.7.1.1 Uji Validitas 40
3.7.1.2 Uji Reliabilitas 44
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif 45
3.7.2.1 Mean dan Standar Deviasi 45
3.7.2.2 Uji Kecenderungan 46
3.7.3 Uji Normalitas 47
3.7.4 Analisis Statistik Non Parametrik 47
3.7.4.1 Korelasi Spearman Rank 48
3.7.5 Uji Hipotesis 48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi dan Temuan Penelitian 50
4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian 50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 52
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 53
4.3.1 Variabel Literasi Digital (X) 53
4.3.2 Variabel Pemasaran Produk (Y) 60
4.4 Uji Prasyarat Analisis 65
4.4.1 Uji Normalitas 65
4.5 Uji Korelasi Spearman Rank 66
4.6 Uji Hipotesis 67
4.7 Pembahasan Penelitian 68
4.7.1 Tingkat Literasi Digital Pelaku UMKM TOGA 68
4.7.2 Tingkat Pemasaran Produk UMKM TOGA di Gang Madirsan 80
4.7.3 Pengaruh Kemampuan Literasi Digital Terhadap Peningkatan Pemasaran Produk UMKM TOGA 88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 95
5.2 Saran 96

DAFTAR PUSTAKA 98
LAMPIRAN 101
RIWAYAT HIDUP 119