DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI i
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 11
1.3 Batasan Masalah 11
1.4 Perumusan Masalah 11
1.5 Tujuan Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA 14
2.1 Kerangka Teoritis 14
2.1.1 Pemasaran 14
2.1.1.1 Evolusi Marketing : Dari Marketing 1.0 hingga Marketing 5.0 16
2.1.1.3 Relevansi Marketing 5.0 dengan *Revitalization* Dels Fashion Collection 17
2.1.2 Pemasaran Digital 22
2.1.2.1 Pemasaran Digital vs Pemasaran Tradisional 24
2.1.2.2 Komponen Ekosistem Digital Marketing 25
2.1.3. Komunikasi Pemasaran Terpadu 25
2.1.4 Ekuitas Merek 27
2.1.4.1 Website sebagai Media Utama Pemasaran Digital 28
2.1.4.2 WordPress sebagai Platform Website UMKM 30
2.1.4.2.1 Komponen WordPress dalam Pengelolaan Website UMKM 34
2.1.4.3 Landing Page 36
2.1.4.3.1 Konsep dan Fungsi Landing Page 40

2.1.4.3.2 Elemen Penting Landing Page 41
2.1.4.3.3 Implementasi Landing Page pada Dels Fashion Collection 45
2.2 Penelitian Terdahulu 47
BAB III METODE PENELITIAN 53
3.1 Lokasi Penelitian 53
3.2 Jenis Penelitian 53
3.3 Data dan Sampel 56
3.4 Definisi Operasional 57
3.4.1 Tampilan Visual (Desain Visual) 57
3.4.2 Navigasi 58
3.4.3 Konten 58
3.4.4 Kecepatan Akses 59
3.4.5 Citra Merek 59
3.4.6 Kepercayaan Konsumen 60
3.5 Teknik Pengumpulan Data 62
3.6 Teknik Analisis Data 62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 64
4.1 Hasil Penelitian 64
4.1.1 Analysis (analisis) 64
4.1.2 Design (Desain) 65
4.1.3 Implementasi 69
4.1.4 Testing (Pengujian) 77
4.1.4.1 Analisis Deskriptif 77
4.2 Pembahasan 79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 81
5.1 Kesimpulan 81
5.2 Saran 82
DAFTAR PUSTAKA 84
LAMPIRAN 90
RIWAYAT HIDUP 113