

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Fokus Penelitian 11

1.3 Rumusan Masalah 11

1.4 Tujuan Penelitian 12

1.5 Manfaat Penelitian 12

1.5.1 Manfaat Teoritis 12

1.5.2 Manfaat Praktis 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 Teori Manajemen 14

2.1.1.1 Definisi Manajemen 14

2.1.1.2 Fungsi Manajemen 15

2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen 16

2.1.2 Manajemen Pemasaran 17

2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran 17

2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti	20
2.1.3.1 <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.3.1.1 Indikator <i>Digital Marketing</i>	21
2.1.3.2 <i>Artificial Intelligence</i>	21
2.1.3.2.1 <i>Personalization Artificial Intelligence</i>	22
2.1.3.2.2 <i>Machine Learning</i> Navigasi Google	23
2.1.3.2.3 Indikator Peranan <i>Artificial Intelligence</i>	24
2.1.3.3 <i>Customer Experience</i>	25
2.1.3.3.1 Indikator <i>Customer Experience</i>	25
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	26
2.2 Kerangka Pemikiran	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan	31
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel/Parameter	33
3.3.1 Definisi Variabel/Parameter	33
3.3.2 Operasional Variabel/Parameter	33
3.3.2.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	33
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Sumber Data	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	52

3.6.1 Tempat Penelitian	52
3.6.2 Waktu Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1.1 Profil UMKM Cemil Queen	54
4.1.1.2 Visi dan Misi Cemil Queen	55
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Tugas	56
4.1.1.4 Profil Informan Penelitian	57
4.1.2 Deskripsi Variabel/Parameter yang Diteliti	59
4.1.2.1 Peranan <i>Artificial Intelligence</i> pada Cemil Queen	59
4.1.2.2 <i>Digital Marketing</i> pada Cemil Queen	70
4.1.2.3 <i>Customer Experience</i> pada Cemil Queen	78
4.1.2.4 Deskripsi Peranan <i>Artificial Intelligence</i> dalam <i>Digital Marketing</i> untuk Meningkatkan <i>Customer Experience</i> pada Cemil Queen	92
4.2 Pembahasan	95
4.2.1 Triangulasi	99
4.2.2 Temuan Pada Penelitian Peranan <i>Artificial Intelligence</i> dalam <i>Digital Marketing</i> untuk Meningkatkan <i>Customer Experience</i> pada Cemil Queen	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Internet Indonesia	1
Tabel 1.2	Jumlah Penjualan dari <i>Customer Experience</i> Cemil Queen Periode 2021-2023	3
Tabel 1.3	Media Sosial untuk <i>Digital Marketing</i> Cemil Queen	5
Tabel 1.4	Hasil Pencarian Cemil Queen dan Peranan AI Pada Google	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	34
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	52
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Wawancara Peranan <i>Artificial Intelligence</i>	64
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Wawancara <i>Digital Marketing</i>	74
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Wawancara Penelitian <i>Customer Experience</i>	83
Tabel 4.4	Rekapitulasi Wawancara Pegawai Bidang Pemberdayaan Koperasi Desa Nagrajaya	99
Tabel 4.5	<i>Artificial Intelligence</i> dalam <i>Digital Marketing</i> Melalui Media Sosial dan Navigasi Google	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Data Jumlah Penjualan Cemil Queen	3
Gambar 1.2	Cemil Queen Terdapat pada Google	6
Gambar 1.3	Google Maps Cemil Queen	7
Gambar 1.4	Rekomendasi Konten dan Media Sosial	7
Gambar 1.5	Tingkat Jam Favorit Cemil Queen	8
Gambar 1.6	Tingkat Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	9
Gambar 3.1	Triangulasi Teknik	49
Gambar 3.2	Triangulasi Sumber	50
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Cemil Queen	56
Gambar 4.2	Data Penjualan dari <i>Customer Experience</i> Cemil Queen Periode 2021-2023	93
Gambar 4.3	<i>Digital Marketing</i> pada Instagram	101
Gambar 4.4	<i>Digital Marketing</i> pada TikTok	101
Gambar 4.5	<i>Digital Marketing</i> pada WhatsApp	102
Gambar 4.6	<i>Digital Marketing</i> pada Facebook	102
Gambar 4.7	<i>Digital Marketing</i> pada Navigasi Google	103
Gambar 4.8	Pencarian Google Cemil Queen	103
Gambar 4.9	Pencarian Google Memunculkan Rekomendasi Cemil Queen	104

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Bimbingan
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 4 Informan Penelitian
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Penelitian
- Lampiran 7 Riwayat Hidup