

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	i
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 <i>Platform E-commerce</i>	22
2.1.4 <i>Market Share</i> (Pangsa Pasar).....	28
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.2 Desain Penelitian.....	39
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Parameter	40
3.3.1 Definisi Parameter.....	40
3.3.2 Operasionalisasi Parameter.....	41

3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1	Sumber Data	45
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5	Teknik Analisis Data.....	47
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
3.6.1	Tempat Penelitian.....	49
3.6.2	Waktu Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum UMKM Juara di Kota Banjar	51
4.1.2	Gambaran Umum Narasumber Penelitian.....	57
4.1.3	Deskripsi Parameter yang Diteliti	72
4.2	Pembahasan.....	87
4.2.1	Penerapan <i>Platform E-commerce</i> pada Pelaku UMKM Juara di Kota Banjar	87
4.2.2	Penerapan <i>Market Share</i> pada Pelaku UMKM Juara di Kota Banjar	90
4.2.3	Efektivitas <i>Platform E-commerce</i> dalam meningkatkan <i>Market Share</i> pada Pelaku UMKM Juara Kota Banjar	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Simpulan	97
5.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		120