

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	6
2.1.2. Pemasaran	7
2.1.3. <i>Direct Selling</i>	10
2.1.4. <i>Social Media Marketing</i>	12
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Kinerja Pemasaran	13
2.2.2. <i>Technology Acceptance Model</i>	14
2.3. Kerangka Pemikiran	21
2.4. Hipotesis	22
III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Metode Dasar.....	23
3.2. Metode Pengambilan Sampel	23
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	23
3.2.2. Responden Penelitian.....	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1. Survey	24
3.3.2. Wawancara Mendalam	24

3.4.	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1.	Data Primer	24
3.4.2.	Data Sekunder	25
3.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.5.1.	Definisi Operasional	25
3.5.2.	Pengukuran Variabel.....	26
3.6.	Pembatasan Masalah.....	27
3.7.	Validitas dan Reliabilitas Data	27
3.7.1.	Uji Validitas	27
3.7.2.	Uji Reliabilitas	27
3.8.	Metode Analisis.....	28
3.8.1.	Analisis Jalur.....	28
3.8.2.	<i>Marketing Metrics</i>	30
IV.	KEADAAN UMUM KECAMATAN KANDAT	31
4.1.	Keadaan Fisik Daerah.....	31
4.2.	Iklm Bisnis.....	32
4.2.1.	Produksi Telur Ayam Petelur di Jawa Timur	32
4.2.2.	Konsumsi Telur per Kapita di Jawa Timur.....	32
4.2.3.	Harga Telur di Tingkat Konsumen di Jawa Timur	32
V.	PROFIL RESPONDEN	33
5.1	Profil Peternak Telur	33
5.2	Profil Responden.....	33
5.2.2	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	33
5.2.2	Profil Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	34
5.2.3	Profil Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian Telur per Transaksi	35
5.2.4	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian Telur per Bulan	35
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN	37
6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
6.2	Analisis Jalur	38
6.3	<i>Marketing Metrics</i>	43
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN	46
7.1.	Kesimpulan	46
7.2.	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA	47
	LAMPIRAN.....	52