

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Kewirausahaan	16
2.1.2 Ekonomi Kreatif.....	18
2.1.3 Revolusi Industri 4.0	20

2.1.4	Ekonomi Informasi.....	21
2.1.5	Teori Produksi.....	22
2.1.6	Definisi UMKM.....	28
2.1.3	Media Sosial.....	31
2.1.4	Usaha <i>Catering</i>	34
2.2	Penelitian Terdahulu	39
2.3	Kerangka Pemikiran.....	43
2.4	Hipotesis.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.2	Populasi dan Sampel	48
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	51
3.5	Metode Analisis	53

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	58
4.1.2	Usaha <i>Catering</i> di Kota Semarang.....	60
4.1.3	Gambaran Umum Responden	64
4.2	Analisis Data dan Pembahasan	70
4.2.1	Uji Normalitas	70
4.2.2	Uji Validitas	71
4.2.3	Uji Reliabilitas	72
4.2.4	Uji <i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>	73
4.3	Interpretasi Hasil dan Analisis	77

4.3.1 Perbedaan Omset Catering Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Sosial	86
4.3.2 Perbedaan Jumlah Produksi <i>Catering</i> Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Sosial	87
4.3.3 Perbedaan Keuntungan <i>Catering</i> Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media Sosial	88
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	89
5.2 Keterbatasan.....	91
5.3 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96