

Jurnal Pengaruh Lokasi Harga Dan Kualitas Pelayanan

Buku Operations Management ini menjelaskan tentang sistem operasi manajemen yang dilakukan dan digunakan oleh beberapa industri atau perusahaan, di mana dalam penggunaan sistem operasi manajemen diharapkan dapat mempermudah para pelaku industri dalam melakukan berbagai macam kegiatan yang sangat kompleks di dalam manajemen perusahaan. Dengan adanya buku Operations Management ini diharapkan mempermudah pelaku bisnis dan juga sebagai rujukan bagi mahasiswa dan pengajar dalam memahami sistem operasi manajemen perusahaan.

Buku ini merupakan kumpulan riset-riset populer pemasaran yang dilakukan oleh para penulis dan disusun serta disunting oleh Ginanjar Rahmawan, S.E., M.M., M.H. Beliau adalah dosen manajemen pemasaran dan juga pembimbing mahasiswa dalam penulisan artikel ilmiah. Beberapa penelitian tersebut sudah terpublish pada jurnal internasional dan nasional kemudian dikemas dalam bahasa lebih ringan dan populer. Riset yang dilakukan pada buku ini adalah faktor pembelian pada produk kecantikan, produk tembakau, perumahan, produk herbal, serta mie instan yang dipengaruh oleh berbagai faktor seperti faktor 4P (Produk, Price, Promotion, Place), sampai faktor psikologis seperti motivasi dan faktor eksternal seperti keluarga dan influencer. Riset-riset populer pemasaran masih akan selalu berkembang dan membutuhkan kebaruan-ketuaruan yang diteliti oleh para penulis. Dengan membaca buku ini, pembaca akan mendapatkan inspirasi untuk mulai penulisan karya ilmiah.

Perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan merupakan harapan bagi pemuda, orang tua dan masyarakat, karena fungsinya yang strategis dalam mempersiapkan masa depan yang lebih baik. Dalam fungsinya itu perguruan tinggi melakukan upaya-upaya yang berwujud tata nilai ilmu pengetahuan dan keterampilan agar generasi muda dapat melakukan aktualisasi dirinya. Di Indonesia, pendidikan tinggi diselenggarakan oleh pemerintah (Perguruan Tinggi Negeri) dan pihak swasta (Perguruan Tinggi Swasta). Secara eksplisit fungsi perguruan tinggi dirumuskan dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan / pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat, sesuai dengan tujuan pendidikan nasional dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, dinyatakan bahwa Pendidikan nasional bertujuan mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa

kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

In recent decades, reception history has become an increasingly important and controversial field of discussion in biblical studies. Rather than attempting to recover the original meaning of biblical texts, reception history focuses on exploring the history of interpretation. In doing so it locates the dominant historical-critical scholarly paradigm within the history of interpretation, rather than over and above it. At the same time, the breadth of material and hermeneutical issues that reception history engages with questions any narrow understanding of the history of the Bible and its effects on faith communities. The challenge that reception history faces is to explore tradition without either reducing its meaning to what faith communities think is important, or merely offering anthologies of interesting historical interpretations. This major new handbook addresses these matters by presenting reception history as an enterprise (not a method) that questions and understands tradition afresh. The Oxford Handbook of the Reception History of the Bible consciously allows for the interplay of traditional and the new through a two-part structure. Part I comprises a set of essays surveying the outline, form, and content of twelve key biblical books that have been influential in the history of interpretation. Part II offers a series of in-depth case studies of the interpretation of particular key biblical passages or books with due regard for the specificity of the cultural or aesthetic context. These case studies span two millennia of interpretation by readers with widely differing perspectives. Some are at the level of a group response (from Gnostic readings of Genesis, to Post-Holocaust Jewish interpretations of Job); others examine individual approaches to texts (such as Augustine and Pelagius on Romans, or Gandhi on the Sermon on the Mount). Several chapters examine historical moments, such as the 1860 debate over Genesis and evolution, while others look to wider themes such as non-violence or millenarianism. Further chapters study in detail the works of popular figures who have used the Bible to provide inspiration for their creativity, from Dante and Handel, to Bob Dylan and

And Dan Brown.

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengantar Matematika Pemula

The Social Media Marketing Book

Consumer Behavior

Marketing Research

Salah satu aneka flora yang ada di Indonesia yaitu pohon aren yang merupakan flora dari genus A. Pinnaa dan Arenga dari Family Areaceae. Hampir semua bagian fisik pohon aren (akar, batang dan daun) maupun produksi tanaman ini (buah muda, nira dan pati atau tepung dalam batang) dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi. Kelebihan dari pohon aren tidak membutuhkan pemupukan intensif dan tidak mengharuskan penggunaan pestisida sehingga aman bagi lingkungan. Produk utama tanaman aren adalah nira aren yang mengandung sukrosa 11-16%. Nira merupakan cairan manis yang diperoleh dari tandan bunga yang belum mekar dengan melakukan proses penyadapan. Beberapa produk yang dapat dihasilkan dari nira aren yaitu gula aren, minuman balsek, vinegar dan lain-lain. Vinegar adalah produk cair yang mengandung asam asetat, diperoleh melalui proses fermentasi bahan-bahan yang mengandung karbohidrat atau alkohol dengan karakteristik dasar yaitu bau, rasa dan warna khas normal. Pemanfaatan nira aren dapat menjadi produk vinegar alami yang bermutu, bernilai ekonomis serta aman bagi kesehatan konsumen. Pada akhirnya akan mampu memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang akan menambah taraf ekonomi keluarga atau pengusaha. Buku ini disajikan tentang manfaat pada vinegar, cara mengolah nira aren menjadi produk vinegar (original dan kombinasi ilmiah). Selain itu, fungsi dari alat juga dijelaskan secara rinci dan buku ini dapat bermanfaat bagi usaha pemula yang akan menjalankan usahanya karena terdapat prosedur dasar bagaimana cara pengurusan untuk memulai suatu usaha. Dengan adanya buku panduan ini akan memudahkan pembaca untuk membuat produk vinegar.

Pengantar Matematika PemulaNusa Creative (MNC Publishing)Kepuasan Pembelian ProdukPT Inovasi Pratama Internasional

Mukaddimah Kondisi ekonomi umat di Indonesia secara umum, masih belum mandiri, bahkan masih jauh dari kemandirian. Parameter ketidak mandiri ekonomi umat itu terlihat pada banyak fakta dan kondisi objektif perekonomian umat, yaitu : Pertama, angka kemiskinan masih tinggi , apabila indikator kemiskinan menurut ILO dimana perkapita di bawah 2 dolar sehari, maka angka kemiskinan di Indonesia mencapai 100 juta jiwa lebih. Kedua, sumber daya alam Indonesia yang strategis umumnya dikuasai oleh asing. Minyak Bumi dikuasai oleh sebesar 87 persen, demikian pula hasil SDA lainnya, seperti emas dan gas. Ketiga, kebutuhan pangan bagi rakyat yang semakin tergantung dari import dengan tingkat ketegaranungan yang semakin tinggi. Fakta ini jelas menunjukkan ketidakmandirian pangan umat. Keempat, lembaga produsen yang memproduksi kebutuhan umat, hampir semuanya dikuasai minnum (non umat), seperti kebutuhan sehari-hari sabun, shampoo, susu, odol dan hampir semua kebutuhan sehari-hari. Kelima, jumlah pengusaha kecil dan mikro masih mendominasi di Indonesia, jumlahnya mencapai 40 jutaan. Usaha-usaha mikro dan kecil atau apa yang dikenal dengan (sector informal: atau lebih jelas lagi self-employed workers memiliki pendapatan yang sangat rendah, misalnya, penjual bakso, nasi goreng keliling, penjual sayur, pedagang asongan, warteg sederhana, pedagang kaki lima (PKL), tukang parkir, dan lain-lain) yang umumnya produktifitasnya rendah, sehingga pendapatannya pun rendah sekali.

Desa wisata merupakan unsur penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa. Hal ini disebabkan desa wisata mempunyai dampak positif yang luas bagi perkembangan dan kemajuan masyarakat desa. Selain dapat meningkatkan pendapatan desa, juga dapat meningkatkan lingkungan dan kelestarian budaya masyarakat desa. Oleh karena itu, pembangunan desa wisata menjadi sangat penting agar menarik kunjungan wisata. Tanpa kunjungan wisatawan, maka desa wisata tidak ada artinya. Buku ini terdiri atas 14 (empat belas bab) dengan susunan sebagai berikut: Bab 1. Konsep Inovasi Desa Wisata dan Kunjungan Wisatawan Bab 2. Daya Tarik Desa Wisata Bab 3. Penilaian Desa Wisata Bab 4. Potensi Desa Wisata Bab 5. Strategi Pengembangan Desa Wisata Bab 6. Pengembangan Atraksi Desa Wisata Bab 7. Pengembangan Akomodasi Desa Wisata Bab 8. Pengembangan Aksesibilitas Desa Wisata Bab 9. Pengembangan Amenitas Desa Wisata Bab 10. Manajemen Strategi Pengelolaan Desa Wisata Bab 11. Hospitality Masyarakat Desa Wisata Bab 12. Desa Wisata dan Budaya Lokal Bab 13. Desa Wisata dan Modal Sosial Bab 14. Dampak Ekonomi Desa Wisata

Riset Populer Pemasaran Jilid 2

The Oxford Handbook of the Reception History of the Bible

An Image Jurnal Studi Kultural

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

ICBLP 2019

Sumber energi tak terbarukan khususnya fosil (minyak dan gas) mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dengan semakin bertambahnya populasi penduduk menyebabkan kebutuhan akan bahan bakar pun meningkat sehingga dibutuhkan sumber alternatif yang lain. Salah satu energi terbarukan yang perlu mendapatkan perhatian untuk dikembangkan adalah biomassa. Biomassa adalah suatu limbah padat yang bisa dimanfaatkan lagi sebagai sumber bahan bakar. Biomassa meliputi limbah kayu, limbah pertanian/perkebunan/hutan, komponen organik dari industri dan rumah tangga Berdasarkan Statistik Energi Indonesia disebutkan bahwa potensi energi biomassa di Indonesia cukup besar, mencapai 434.008 GWh. Salah satu jenis potensi biomassa yang belum tergarap adalah limbah cangkang kemiri. Kemiri merupakan tanaman perkebunan yang termasuk dalam Family Euphorbiaceae. Kemiri mempunyai dua lapis kulit yaitu kulit buah dan cangkang dari setiap kilogram biji akan dihasilkan 30% buah dan 70% cangkang. 70% kandungan cangkang pada buah kemiri selama ini hanya menjadi limbah yang belum sama sekali dimanfaatkan. Adanya limbah menimbulkan masalah penanganannya yang selama ini dibiarkan memburuk, ditumpuk dan dibakar yang dampaknya berakibat buruk terhadap lingkungan perlu dipikirkan. Salah satu jalan yang dapat diupmuh adalah memanfaatkannya menjadi produk yang bernilai tambah dengan teknologi aplikatif dan kerakyatan sehingga hasilnya mudah diolah/salisasikan kepada masyarakat. Melihat kesamaan terhadap pengurutan kelapa, cangkang kemiri diperkirakan dapat dipergunakan sebagai bahan baku pembuatan arang dan arang aktif. Oleh karena itu, Salah satu cara yang dapat diupmuh adalah mengubah menjadi produk yang bernilai tambah yaitu dengan menjadikan cangkang kemiri sebagai briket arang bakar masa depan yaitu sebagai pengganti bahan bakar yang kian menipis. Sehingga muncul program kemitraan masyarakat yang membdiid Desa Matajang yang terkenal sebagai Desa penghasil kemiri.

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia dewasa ini mengalami peningkatan, hal ini ditandai dengan banyaknya pertumbuhan pe-rusahaan asuransi syariah dan adanya peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang pemisahan Unit Usaha Syariah (UUS) perusahaan asuransi menjadi perusahaan sendiri paling lambat akhir Oktober 2024. Data dari OJK sampai dengan Desember 2018 ada 48 UUS, terdiri dari 22 UUS asuransi jiwa, 24 UUS asuransi umum dan 2 UUS reasuransi, di samping itu, Total as-set asuransi syariah meningkat tiap tahunnya. Namun total as-set yang dimiliki asuransi syariah masih jauh tertinggal dibandingkan total asset asuransi konvensional. Salah satu faktornya adalah jumlah nasabah asuransi syariah yang masih san-gat terbatas dibandingkan dengan jumlah nasabah asuransi konvensional. Sehingga, diperlukan strategi pemasaran yang baik sebagai upaya untuk mengget calon nasabah supaya bergabung dengan asuransi syariah, di antara variabel yang diperu dipertimbangkan oleh marketer asuransi syariah dalam memasarkan produk asuransi syariah kepada nasabah adalah theory of planned behavior yang dikembangkan oleh

Ajzen (1991), theory of planned behavior men-jelaskan bahwa bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan, yaitu kepercayaan perilaku (sikap), ke-percayaan normative (norma subjektif) dan kepercayaan kontrol (control behavior). Banyak penelitian termasuk di dalamnya penelitian adanya kontribusi pengaruh yang kuat dari theory of planned behavior terhadap minat dan keputusan membeli produk asuransi syariah.

Buku ini ditujukan untuk mere mahasiswa maupun marketplace Bukalapak untuk merancang strategi promosi penjualannya dalam rangka membangun e-WOM dan mendorong pengambilan keputusan konsumen. Bagi mahasiswa buku ini diharapkan dapat dipakai sebagai salah satu sumber bacaan untuk mempelajari dan memahami tentang aplikasi dari konsep tentang promosi penjualan untuk membangun e-WOM dan mendorong pengambilan keputusan konsumen. Juga dapat memberi inspirasi kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide-ide penelitian yang berkaitan dengan topik ini. Bagi marketplace Bukalapak, buku ini bisa digunakan untuk mengembangkan strategi promosi penjualan secara lebih baik.

This work emphasizes the use of market research in managerial decision making. It discusses the market research process and presents a complete market research project from start to finish to show students what market research looks like. The authors deal with technical aspects of market research so that students can apply research procedures to real applications. It includes: examples of international marketing; results of a 1994 survey of marketing research practice; 14 cases including Nestle, Kelloggs, European Alcohol Research Foundation and Cosmopolitan Magazine; and marketing research databases containing results from actual marketing research studies.

Manajemen Pemasaran

Vinegar Nira Aren

An Applied Approach

Jurnal Universitas Brawijaya

Kepuasan Pembelian Produk

We are delighted to introduce the proceedings of the First edition of the 2019 European Alliance for Innovation (EAI) The International conference on business, law, and pedagogy (ICBLP 2019). The International conference on business, law, and pedagogy accepts the papers in the three thematic areas with multiple research approaches and methodologies. The conference issues, which captures contemporary developments in business, law and pedagogy within which a wide range of networking opportunities can be nurtured for the advancement of future research and global collaboration. This approach is now vital in research endeavours as business, law and pedagogy practices are increasingly prone to an era of cross-fertilization through collaborations We strongly believe that ICBLP conference provides a good forum for all researcher, developers and practitioners to discuss all science and technology aspects that are relevant to smart grids. We also expect that the future ICBLP 2019 conference will be as successful and stimulating, as indicated by the contributions presented in this volume.

Providing a balance between theory and practice, this guide to retail management includes useful career information and takes a strategic approach to decision making.

Pemikiran etika bisnis muncul ke permukaan dengan landasan bahwa islam adalah agama yang sempurna. Ia merupakan kumpulan aturan -aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang mengantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat

Buku referensi ini diberi judul "Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil (UMK)" merupakan hasil penelitian tentang Pemberdayaan Usaha Mikro melalui Business Development Service dan Modal Usaha tahun 2020 dan Pendayagunaan Zakat Produktif BAZNAS Kabupaten Serang dan dampaknya terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan menengah di jurnal terakreditasi nasional. Penelitian ini menguji pengaruh business development service terhadap pemberdayaan ekonomi pelaku Usaha Mikro Kecil Pascabencana Tsunami Selat Sunda, pengaruh modal usaha terhadap pemberdayaan ekonomi pelaku Usaha Mikro Kecil Pascabencana Tsunami Selat Sunda, pendayagunaan zakat di BAZNAS Kabupaten Serang terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil yang Terdampak Covid-19. Obyek penelitian ini adalah para Pelaku UMK di Kecamatan Sumur Pandeglang yang mendapatkan pendampingan usaha dan modal dari LAZ HARFA dan para pelaku UMK di Kabupaten Serang yang mendapatkan bantuan pinjaman modal bergulir BAZNAS Kab. Serang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan manajemen pendayagunaan zakat produktif dan pemberdayaan ekonomi para pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK)

Proceedings of the 7th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries (7th BCM 2020), Bandung, Indonesia. 12th November 2020

Teori Planned Behavior dan Asuransi Syariah

Gagasan Manajemen

Proceedings of the 1st International Conference on Law, Social Science, Economics, and Education, ICLSSÉE 2021, March 6th 2021, Jakarta, Indonesia

Volume I Nomor 2 Juni 2016

70 Upside down Building: Suatu Karya Dekonstruksi Desain Arsitektur I Made Marthana Yusa 75 Napak Tilas Marjinalisasi Berbagai Etnis di Indonesia dalam hubungannya dengan Bhinneka Tunggal Ika Michael Sega Gumelar 84 Teori "Gado-gado" Pierre-Felix Bourdieu Mangthut Siregar 88 Komunikasi dalam Konteks Protokol Bisnis Multikultural Mutria Farhaeni 94 The Use of Collaboration Meets Culture Rodney Westerlaken 99 Upacara Adat Lepa Bura pada Masyarakat Lamaholot di Desa Sulungwaseng, Kecamatan Solor Selatan, Flores Timur Benediktus Beiang Nirou 106 Tato dalam Seni dan Pariwisata di Bali I Nyoman Anom Fajaradiya Setiawan 110 Wisata Melukak: Perspektif Air Pada Era Kontemporer I Made Gede Anadhi 115 Komodifikasi Umat Hindu Ketut Hery Sony Pratama, Saortus Marbut 121 Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena Noni Mirantika, Saortus Marbut 129 Kasus Pemeriksaan dan Pembunuhan Yuyun dalam Kacamata Kultur Patriarki Lidwina Hana

An introduction to marketing concepts, strategies and practices with a balance of depth of coverage and ease of learning. Principles of Marketing keeps pace with a rapidly changing field, focussing on the ways brands create and capture consumer value. Practical content and linkage are at the heart of this edition. Real local and international examples bring ideas to life. Test and consolidate understanding as they go. The latest edition enhances understanding with a unique learning design including revised, integrative concept maps at the start of each chapter, end-of-chapter features summarising ideas and themes, a mix of mini and major case studies to illuminate concepts, and critical thinking exercises for applying skills. This book contains the proceedings of the The International Conference on Law, Social Science, Economics, and Education (ICLSSEE 2021). Where held on 6 Maret 2021 in Salatiga, Central Java. This conference was held in collaboration Nusantara Training and Research (NTR) with Borobudur University Jakarta and the Research and Development Agency of the Ministry of Education, Culture and Sport of Indonesia. The presentation of such conference covering multi disciplines will contribute a lot of inspiring inputs and new knowledge on current trending about: Law, Social Science, Economics, and Education. Thus, our researches to produce innovative research findings. Hopefully that the scientific attitude and skills through research will promote the development of knowledge generated through research from various scholars in various regions Finally, we would like to express greatest thankful to all colleagues in the steering committee for cooperation in administering and arranging the conference will be continued in the coming years with many more insight articles from inspiring research. We would also like to thank the invited speakers for their invaluable contribution and for sharing their vision in their talks. We hope to meet you again for the next conference of ICLSSÉE.

Manajemen juga dipandang sebagai ilmu yang mengajarkan proses mendapatkan tujuan dalam organisasi, sebagai usaha patungan dengan beberapa orang dalam organisasi. Jadi, ada orang yang merumuskan dan menerapkan tindakan manajemen yang disebut manajer. Buku ini terdiri dari 8 (delapan) bab, yaitu : Bab 1 Lingkungan Kompetitif Bab 2 Total Quality Management Bab 3 Keunggulan Layanan Pengiriman Bab 5 Empowerment dan Engagement Bab 6 Organisasi Horizontal Bab 7 Organisasi Pembelajaran Bab 8 Era Pengetahuan: Teknologi Informasi dan Komputer

JEBI

A Strategic Approach

Dynamics of Industrial Revolution 4.0. Digital Technology Transformation and Cultural Evolution MANAJEMEN TIBAN (Sudently Successful Management)

Teori Dan Praktik Desain

Salah satunya bisnis pada sektor pariwisata. Pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan dalam perekonomian nasional. Dengan banyaknya rute – rute penerbangan, destinasi wisata baru, serta meningkatnya akomodasi yang membuktikan bahwa pariwisata sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata. Adanya otomasi daerah berupaya menggali sebesar – besarnya potensi daerahnya

The 7th Bandung Creative Movement conference presented the theme "Dynamics of Industrial Revolution 4.0" which discussed how the digital world and connectivity changed human culture in various aspects of life, and transformed in accordance to human needs and social culture. Digital technology has transformed society to serve people from manufacturing needs to smart cities, from network connectivity to people connectivity. The application of information technology has helped in improving live quality and environmental sustainability. Digital transformation is revolutionizing how businesses and workers interconnect to be more productive and efficient. The result is improved collaboration, faster processes and time-to-market, lower costs and better products. Devices are getting smarter, meaning they are able to perform more and more tasks without human intervention; moreover, these devices generate data that provide insights to further improve processes and gain greater efficiencies. Moreover, with the Internet of Things (IoT), all these smart devices are interconnected in ways that not only help make them even smarter, but also enhances the intelligence of the overall system. Digital technology is a formidable driver for the transformation of a highly carbon-dependent world into one that is more ecologically 'smart.' We are entering a new era of environmental innovation that is driving better alignment between technology and environmental goals. Since its first announcement in 2011, industrial revolution 4.0 has dynamically changed and transformed to adjust itself to the human needs and to serve more efficiency and effectiveness of everyday life as well as environmental enhancement. The 7th Bandung Creative Movement has brought forward discussions on dynamic changes, ups and downs, innovations, relations of industrial revolution of the internet of thing, data, automation, to human physical world, new art and aesthetic, business, product innovation, built environment, and education.

Assalamualaikum wr.wb Peruruan Tinggi Islam dari aspek pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi tidak saja dilihat dari kontribusi lulusannya yang bermutu dalam pengembangan ilmu-ilmu kelsamaan dan ilmu-ilmu lain yang terkait, akan tetapi juga dari hasil pelaksanaan kegiatan yang relevan dengan program pengabdian kepada masyarakat. Dalam kurun waktu dua puluh tahun terakhir kegiatan Penelitian di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang dilaksanakan pada masing-masing Perguruan Tinggi Islam meningkat cukup signifikan. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kekurangan yang memerlukan peningkatan yang lebih baik lagi, baik dari segi kualitas penelitian maupun publikasi terhadap hasil penelitian tersebut. Tujuan penyusunan kumpulan hasil penelitian dosen dan mahasiswa ini adalah dalam rangka upaya menyebarluaskan hasil penelitian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh para Dosen dan Mahasiswa di lingkungan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan harapan akan dapat menjadi salah satu bentuk pengabdian yang dapat dicontoh oleh para Dosen yang akan melakukan penelitian di Perguruan Tinggi Islam lainnya. Besar harapan kami bahwa penerbitan jurnal kumpulan hasil penelitian dosen bersama mahasiswa akan membantu pemerintah dalam meningkatkan pemanfaatan dan pengembangan program kepada masyarakat, sehingga secara langsung maupun tidak langsung, kegiatan ini dapat ikut mengakselerasi usaha pembinaan sumber daya manusia di Indonesia. Wassalamualaikum wr.wb. Jambi, Agustus 2020 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dr. A. A. Miftah, M.Ag

Are you looking to take advantage of social media for your business or organization? With easy-to-understand introductions to blogging, forums, opinion and review sites, and social networks such as Twitter, Facebook, and LinkedIn, this book will help you choose the best -- and avoid the worst -- of the social web's unique marketing opportunities. The Social Media Marketing Book guides you through the maze of communities, platforms, and social media tools so you can decide which ones to use, and how to use them most effectively. With an objective approach and clear, straightforward language, Dan Zarrella, aka "The Social Media & Marketing Scientist," shows you how to plan and implement campaigns intelligently, and then measure results and track return on investment. Whether you're a seasoned pro or new to the social web, this book will take you beyond the jargon to social media marketing mastery. Make sense of this complicated environment with the help of screenshots, graphs, and visual explanations. Understand the history and culture of each social media type, including features, functionality, and protocols. Get clear-cut explanations of the methods you need to trigger viral marketing successes. Choose the technologies and marketing tactics most relevant to your campaign goals. Learn how to set specific goals for your campaigns and evaluate them according to key performance indicators. Praise for The Social Media Marketing Book: "Let Zarrella take you to social-media marketing school. You'll learn more from reading this book than a month of research on the Internet."--Guy Kawasaki, co-founder of Alltop.com "If I could be any other person for a day, it would be Dan Zarrella. Either him or Brad Pitt. But Dan's smarter. This book is why I say that."--Chris Brogan, President of New Marketing Labs. "This book demonstrates a beginning to the endless possibilities of the Social Web."-- Brian Solis, publisher of leading marketing blog PR 2.0

SEBATIK VOL 24 NO 1

Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif

Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena Retail Management

Buku ini ditulis berdasarkan keinginan penulis yang sering mengamati dan mengikutid pidato Bapak Rektor. Itu adalah salah satu bentuk kemampuan berbahasa lisan yang Beliau miliki. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis berusaha menyusun buku ini dengan memuat beragam pidato. terselesikannya penulisan buku ini juga tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada yasan UMAHA Sidoarjo karena telah memberikan support dan dukungan.

Digitalisasi menjadi transisi di berbagai bidang. Hal itu mengubah wajah kehidupan. Pola interaksi, gaya berkomunikasi, cara bertransaksi, hingga cara bersosialisasi, berubah secara signifikan. Mau tidak mau, jarak, waktu, bisnis, kreativitas, dan kemanusiaan, harus didefinisikan ulang. Dari perspektif bisnis, dalam hal ini ekonomi kreatif, digitalisasi telah membuat para pelakunya mendapat berbagai kemudahan. Mereka lebih mudah menembus pasar yang besar, memperoleh sumber informasi luas, serta menemukan partner potensial untuk berkolaborasi. Namun, di saat bersamaan mereka juga berhadapan dengan kompetitor yang terus bermunculan. persoalannya, apakah pelaku ekonomi kreatif dapat menjawab tantangan ini? Apakah digitalisasi dapat mendorong mereka untuk menghasilkan karya dan solusi-solusi untuk mempertahankan eksistensinya? Lalu, bagaimana dengan masa depan kemanusiaan? Fakta memperlihatkan kepada kita bahwa si satu sisi kehidupan manusia dipengaruhi oleh digitalisasi, tetapi di sisi lain kemanusiaan juga digerogeti. Relasi horizontal terpecah dan kebenaran semakin sulit ditemukan di tengah lutan informasi. Sikap apa yang paling tepat untuk menghadapi realitas ini? Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Tulisan-tulisan dalam buku ini tidak hanya menentanghkan potret digitalisasi saat ini, tetapi juga buah-buah pikiran reflektif yang akan membantu kita menjawab masalah-masalah sosial, komunikasi, ekonomi kreatif dan kemanusiaan kontemporer.

Menjurmnya pelaku UMKM dan perusahaan startup semakin meningkatkan persaingan para pelaku usaha. Umumnya mereka yang baru terjun ke dunia pemasaran akan meraba-raba tentang bagaimana cara menerapkan strategi yang tepat untuk menjangkau pelanggan, menjaga loyalitas pelanggan, hingga melebarkan ekspansi usahanya. Berdasarkan temuan fenomena di atas, maka buku ini disusun untuk menjawab permasalahan tersebut dengan cara menghadirkan suatu pemahaman komprehensif dasar yang tidak hanya bersifat teoritis namun juga praktis. Materi yang tersaji dalam buku ini berisikan berbagai kajian kompleksitas manajemen pemasaran yang sering ditemui oleh para pelaku usaha pada kondisi perubahan pasar terkini (bisnis di era modern). Setiap pembahasan materi di dalamnya merupakan kumpulan pemikiran luar biasa yang dituangkan oleh para ahli manajemen pemasaran yang berasal dari kalangan praktisi dan akademisi. Terdapat 16 bab, yaitu: Ruang Lingkup Pemasaran; Marketing; Sales dan Public Relation; Informasi dan Riset Pemasaran; Strategi dan Rencana Pemasaran; Bauran Pemasaran (Marketing Mix); Segmentasi dan Target Pasar; Branding dan Positioning; Komunikasi Pemasaran; Saluran Pemasaran Terintegrasi; Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan; Kemitraan (Sponsorship); Pengelolaan dan Evaluasi Pemasaran; UMKM dan Perusahaan Startup; E-Commerce dan Media Sosial; Etika Pemasaran; dan Konsep Pemasaran Global.

A real-world approach focusing on both large and small retailers. Learning features in this work includes a numbered summary keyed to chapter objectives, key terms listing, and discussion questions at the end of each chapter.

Buku Panduan Pendirian Usaha Briket Cangkang Kemiri

Jurnal perencanaan wilayah dan kota

Principles of Marketing

Jurnal penelitian hasil hutan

EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL DAN KEMANDIRIAN MASYARAKAT ERA SOCIETY 5.0

Istilah desain pada masa sekarang telah mengalami penyempitan makna, hal ini terlihat dari bagaimana masyarakat mengasosiasikan desain dengan bidang keilmuan tertentu. Buku ini menjelaskan bahwa desain bersifat universal dan dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan sejumlah permasalahan sehari-hari. Buku ini terdiri dari 10 (sepuluh) bagian, yang masing-masing membahas tentang: 1. Transformasi Desain 2. Pemahaman Desain 3. Faktor Desain Alamiah 4. Faktor Desain Artifisial 5. Tujuan Desain 6. Fungsi Desain 7. Elemen Desain 8. Proses Desain 9. Perangkat Desain 10. Penutup

SEBATIK is a collection of research articles, scientific works, and dedication from all academic community in order to integrate information. SEBATIK provides open publication services for all members of the public, both in all tertiary educational and teacher environments and other research institutions, with the freedom to exchange information that is dedicated to facilitating collaboration between researchers, writers and readers through information exchange. SEBATIK was introduced and developed in the STMK Widya Cipta Dharma environment since 2001 and is wide open for continuous development. SEBATIK is published periodically twice a year, namely June and December, this Journal contains the results of research activities, discoveries and ideas in the field of ICT (Information and Communication Technology) covering the topics of information systems, artificial intelligence, multimedia technology, and others. SEBATIK is also open to topics of research and service outside the field of ICT topics such as topics on public relations, economic improvement, and others. Hopefully with the articles in cultivation researchers can share knowledge in order to advance Indonesia, especially East Kalimantan. ISSN : 1410-3737 E-ISSN : 2621-069X

Pada abad ke-14 Waliisongo memperkenalkan mukena seiring dengan peniaran Agama Islam di Jawa. Saat itu mukena digunakan untuk menutupi Bagian Tubuh Wanita Jawa yang hanya memakai kemben. Komodifikasi mukena terjadi setelah abad ke-20. Kondisi ini disebabkan oleh karakteristik mukena sebagai barang ekonomi, semakin banyak wanita muslimah yang menggunakan mukena dan meluasnya ideologi pasar sehingga seseorang merasa lebih nyaman membeli mukena dari pada membuatnya secara swadaya. Kondisi ini memberikan peluang bagi penjahit atau produsen untuk mengembangkan industri penjualan perlengkapan salat. Hal ini terkait pula dengan ideologi yang berlaku pada industri pembuat mukena, yakni ideologi pasar sehingga mereka melihat mukena sebagai sumber keuntungan. Posisi produsen lebih kuat daripada konsumen mukena karena produsen menguasai aneka modal, yaitu modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik secara bersinergi. Gejala ini tercermin pada semakin berkembangnya produk dan pasar mukena.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian menurut para ahli: Fandy Tjiptono dalam jurnal penelitian Pratiwi, Suwendra, Yulianthini (2014) mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Di mana, perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.”. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Edisi Revisi KIAT-KIAT MERANGSANG KINERJA DOSEN PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS)

Berdesain

Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata

Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern

Jurnal studi kepolisian