

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Penegasan Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi	14
2. Pengertian Pemasaran.....	16
3. Pengertian Strategi Pemasaran	17
4. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran	19
a. Segementasi Pasar	19
b. Target Pasar	21
c. Posisi Pasar	23
5. Konsep Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	24
a. Strategi Produk	24
b. Strategi Harga	28
c. Strategi Penyaluran/Distribusi	32
d. Strategi Promosi.....	35
B. Daya Saing.....	40

1. Pengertian Daya Saing	40
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing	41
C. Usaha Kecil Dan Menengah (UKM).....	42
D. Penelitian Terdahulu.....	43
E. Kerangka Berfikir	50
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	51
B. Lokasi Penelitian	52
C. Kehadiran Peneliti	52
D. Data dan Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	55
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	56
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Nugraha Food Tulungagung	59
B. Temuan Penelitian	62
C. Analisis Data	86
 BAB V PEMBAHASAN	
A. Strategi Pemasaran Nugraha Food Tulungagung	99
B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Penerapan Strategi Pemasaran Nugraha Food Tulungagung.....	110
C. Efektifitas Strategi Pemasaran Nugraha Food Tulungagung	116
 BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran-Saran.....	118
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	