

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penegasan Istilah	10
F. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Bauran Pemasaran	16
C. Daya Saing	34
D. UMKM	38
E. Penelitian Terdahulu	42
F. Kerangka Teori.....	48

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian	52
C. Kehadiran Peneliti	52
D. Data dan Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	59
H. Tahap-tahap Penelitian.....	60

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	62
B. Temuan Penelitian.....	65
C. Analisis Data	85

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Gotin Batik Warlami Karangan Trenggalek untuk meningkatkan daya saing dengan industri batik lainnya	90
B. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh industri Gotin Batik Warlami Karangan Trenggalek	92
C. Kendala yang terjadi dalam bauran pemasaran serta solusi pada Industri Gotin Warlami	99

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN