

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Batasan Masalah.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Penegasan Istilah	6
G. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kajian Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Tahapan Strategi Pemasaran	11
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	14
4. Manfaat Strategi Pemasaran.....	27

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	29
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah	29
2. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	31
3. Permasalahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	33
C. Pusat jajanan Oleh-Oleh Khas Trenggalek di dusun Kranding Desa Mbendo	33
D. Kajian Terdahulu.....	34

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Kehadiran Peneliti	41
D. Data dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	44
G. Pengecekan Keabsahan Tulisan	45
H. Tahap-tahap Penelitian	47

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Lapangan	49
B. Temuan Penelitian.....	52

BAB V: PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Marketing Mix Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kios Budidaya Mbak Rizky	70
B. Kendala yang dihadapi oleh Kios Budidaya Mbak Rizky	78
C. Solusi dalam Menghadapi Kendala.....	81

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan..... 84

B. Saran..... 85

DAFTAR PUSTAKA 86

LAMPIRAN..... 89