

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan istilah	8
G. Sisitematika Penulisan Skripsi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. UMKM.....	13
B. Pemasaran	14
C. Strategi Pemasaran	18
D. Bauran Pemasaran.....	21
E. Penelitian Terdahulu	26
F. Kerangka Konseptual	28

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Sumber Data.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Pengecekan Keabsahan Data.....	35
F. Tahapan Penelitian.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
H. Tahap Laporan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
B. Temuan Penelitian.....	47
C. Keabsahan Hasil Penelitian.....	65
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Penerapan Strategi Pemasaran Kegiatan Usaha.....	72
B. Strategi Penerapan <i>Marketing Mix</i> 9P Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha.....	75
C. Hasil Dari Penerapan Strategi Bauran Pemasaran <i>Marketing Mix</i> 9p	79
BAB VI PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90