

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.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Grafik	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	14
E. Manfaat Penelitian.....	15
F. Penegasan Istilah	16
G. Sistematika Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Manajemen Strategi.....	19
1. Pengertian Manajemen Strategi.....	19
2. Manfaat Manajemen Strategi.....	21
3. Tahapan dalam Manajemen Strategi.....	23
4. Jenis-jenis Strategi.....	24

B. Loyalitas Konsumen	27
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	27
2. Tahapan Loyalitas Konsumen	28
3. Faktor-faktor dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen	29
4. Karakteristik Loyalitas Konsumen	32
5. Manfaat Adanya Loyalitas Konsumen bagi Perusahaan	33
6. Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen	35
C. Volume Penjualan	40
1. Pengertian Volume Penjualan	40
2. Indikator Volume Penjualan	41
3. Strategi untuk Meningkatkan Volume Penjualan	43
D. UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah)	51
1. Usaha Mikro	52
2. Usaha Kecil	52
3. Usaha Menengah	52
E. Penelitian Terdahulu	53
F. Kerangka Berfikir	66
BAB III METODE PENELITIAN	69
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	69
1. Pendekatan Penelitian	69
2. Jenis Penelitian	70
B. Lokasi Penelitian	71
C. Kehadiran Peneliti	71
D. Data dan Sumber Data	72
1. Data	72
2. Sumber Data	73
E. Teknik Pengumpulan Data	73
1. Observasi	74
2. Wawancara	74
3. Dokumentasi	75

F. Teknik Analisis Data.....	75
1. Reduksi Data.....	76
2. Penyajian Data.....	76
3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Data	77
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	77
1. <i>Credibility</i>	78
2. <i>Transferbility</i>	80
3. <i>Dependability</i>	80
4. <i>Confirmability</i>	81
H. Tahapan Penelitian.....	81
1. Tahapan Persiapan	81
2. Tahapan Pelaksanaan	81
3. Tahapan Analisis Data	82
4. Tahapan Pelaporan.....	82
BAB IV HASIL TEMUAN.....	83
A. Gambaran Objek Penelitian.....	83
1. UMKM Bakpia Eka.....	83
a. Sejarah dan Gambaran Umum UMKM Bakpua Eka	83
b. Letak Geografis UMKM Bakpia Eka.....	85
c. Pusat Informasi UMKM Bakpia Eka.....	86
d. Hasil Produksi UMKM Bakpia Eka	86
2. UMKM Bakpia Mifta	89
a. Sejarah Gambaran Umum UMKM Bakpia Mifta	89
b. Letak Geografis UMKM Bakpia Mifta	90
c. Pusat Informasi UMKM Bakpia Mifta.....	91
d. Hasil Produksi UMKM Bakpia Mifta	92
B. Hasil Temuan Penelitian	93
1. Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen	93
a. Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Bakpia Eka.....	93

b. Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Bakpia Mifta	114
2. Strategi Meningkatkan Volume Penjualan.....	129
a. Strategi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Bakpia Eka.....	129
b. Strategi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Bakpia Mifta	143
C. Data Penjualan.....	156
1. Data Penjualan UMKM Bakpia Eka	156
2. Data Penjualan UMKM Bakpia Mifta.....	159
BAB V PEMBAHASAN	162
A. Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta.....	162
B. Strategi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta.....	174
BAB VI PENUTUP	183
A. Kesimpulan.....	183
B. Saran	184
DAFTAR PUSTAKA	186