

Daftar Isi

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstract	xiv
Abstrak	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	12
B. <i>Marketing Mix</i>	14
C. Volume Penjualan	24
D. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	26
E. Penelitian Terdahulu	29
F. Kerangka Pemikiran	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	40
C. Kehadiran Penelitian	40
D. Data dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	44
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	45
H. Tahap – tahap Penelitian	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	49
B. Temuan Penelitian	56
C. Analisis Data	73

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran UMKM Pisang Crispy Dua Putri dan Pisang Raja Tanduk dalam Meningkatkan Volume	83
B. Komparasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Pisang Crispy Dua Putri dan Pisang Raja Tanduk	97

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran	105

DAFTAR PUSTAKA	107
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	110
-----------------------	-----