

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	<u>xi</u>
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Identifikasi Penelitian, dan Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Penegasan Istilah	9
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN TEORITIS	13
A. Strategi Pemasaran.....	13
B. <i>Marketing Mix</i>	16
C. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	26
D. Daya Saing	27
E. Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Kehadiran Peneliti	37
D. Data dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	42
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	43
H. Tahap Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	48

A. Gambaran Obyek Penelitian	48
B. Paparan Data Penelitian	50
C. Analisis Data	64
BAB V PEMBAHASAN	68
A. Implementasi <i>Marketing Mix</i> dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji Desa Pelem Kecamatan Campurdarat.....	68
B. Strategi Pemasaran Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji Desa Pelem Kecamatan Campurdarat	71
C. Upaya Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji Desa Pelem Kecamatan Campurdarat dalam Meningkatkan Daya Saing	75
BAB VI PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN – LAMPIRAN	81