

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Ruang Lingkup Penelitian	15
F. Kegunaan Penelitian.....	17
G. Penegasan Istilah.....	17
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Pengembangan UMKM.....	23
1. Definisi UMKM.....	23
2. Indikator Pengembangan.....	31
B. Modal Usaha	32

1. Definisi Modal Usaha	32
2. Penggolongan modal usaha	35
3. Jenis-Jenis Modal.....	38
4. Indikator Modal Usaha.....	39
5. Teori Struktur Modal	40
C. Kualitas Sumber Daya Manusia.....	41
1. Definisi Kualitas Sumber Daya Manusia	41
2. Indikator Kualitas Sumber Daya Manusia	44
3. Teori <i>Human Capital</i>	44
D. Bauran Pemasaran	45
1. Definisi Bauran Pemasaran	45
2. Indikator Bauran Pemasaran.....	54
3. Teori Bauran Pemasaran	55
E. Penelitian Terdahulu	56
F. Kerangka Konseptual	61
G. Hipotesis	67
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	70
B. Lokasi Penelitian	72
C. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	72
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	75
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	78
F. Analisis Data.....	81
BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	88
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	88
B. Karakteristik Responden	89
C. Statistik Deskriptif	93
D. Uji Instrumen	103

E. Uji Asumsi Klasik	106
F. Analisis Linear Berganda	110
G. Uji Hipotesis	112
BAB V PEMBAHASAN	117
A. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo	117
B. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo	121
C. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo	126
D. Pengaruh Modal Usaha, Kualiiitas Sumber Daya Manusia, dan Baruan Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Pasar Wonorejo	130
BAB VI PENUTUP	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	132
DAFTAR RUJUKAN	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN	142