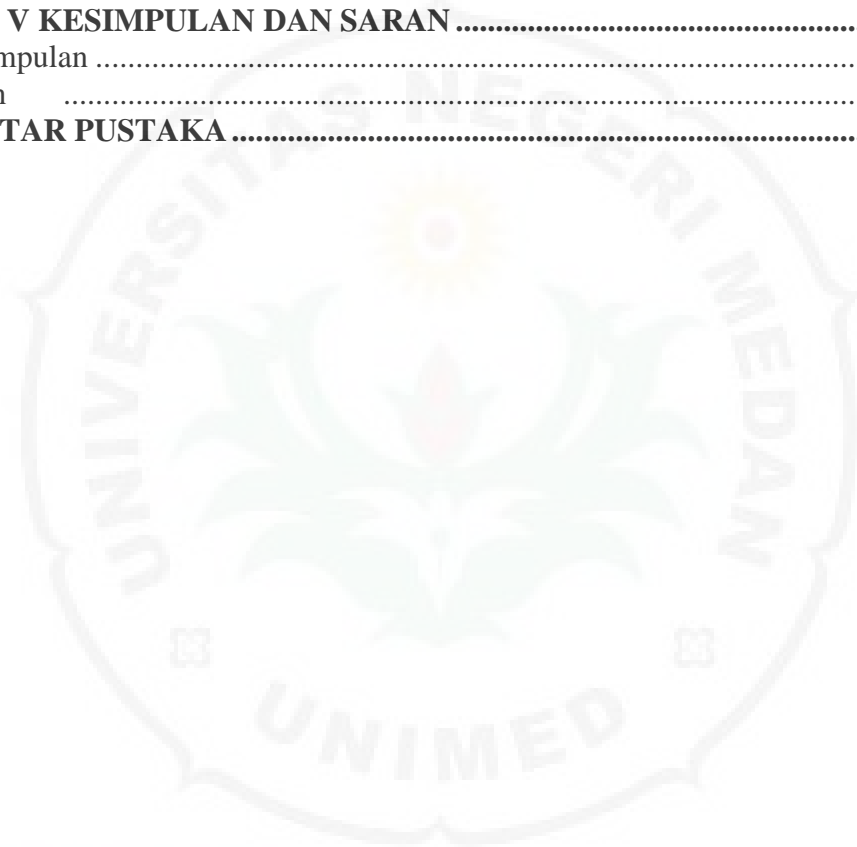


DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	I
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
Pendahuluan	1
Identifikasi Masalah	6
Pembatasan Masalah	6
Rumusan Masalah	7
Tujuan Masalah.....	7
Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
Landasan Teori	9
Pengertian Pemasaran	9
Pengertian Strategi Pemasaran	10
Bauran Pemasaran 13	
Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
Unsur-unsur dalam bauran pemasaran	13
Peranan Pemasaran 17	
Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	17
Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	17
Definisi UMKM Menurut Undang-Undang.....	18
2.1.4.3.Ciri-ciri UMKM	19
2.1.4.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM.....	20
Penelitian Terdahulu	21
Kerangka Berfikir.....	23
Hipotesis 25	
BAB III METODE PENELITIAN	26
Metode Penelitian.....	26
Lokasi Penelitian	27
Populasi Dan Sampel atau Jenis Data dan Sumber Data	27
Populasi	27
Sampel	28
Jenis Dan Sumber Data Penelitian	28
Operasional variabel.....	29
Teknik Pengumpulan Data	30
Teknik Pengumpulan Data	30
Skala Pengukuran.....	31
Teknik Analisis Data.....	32
Tahap Input Matriks IFAS dan EFAS.....	32
Identifikasi Strategi Usaha	35
3.5.3.3. Analisis Matriks SWOT	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
Hasil Penelitian	40
Gambaran Umum Sampel.....	40

Pembahasan Hasil Penelitian	41
Deskripsi Data Responden	41
Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Usaha Keripik Kota Medan	42
Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS) Usaha Keripik Kota Medan.....	48
Strategi pemasaran usaha keripik UMKM Kota Medan dengan menggunakan SWOT	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
Kesimpulan	62
Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64



THE
Character Building
UNIVERSITY