

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI	ii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA	iii
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	iv
ABSTRACT (BAHASA INGGRIS)	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoretis	7
2.1.1. Konsep Strategi Pemasaran	7
2.1.2. Elemen-elemen Strategi Pemasaran	11
2.1.3. Faktor-faktor Strategi Pemasaran	12
2.1.4. Bauran Pemasaran	13
2.2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	23
2.2.1. Pengertian UMKM	23
2.2.2. Klasifikasi UMKM	26
2.2.3. Bentuk dan jenis-jenis UMKM	26
2.3. Penelitian yang Relevan	29
2.4. Kerangka Konseptual	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	
3.4. Prosedur dan Rancangan Penelitian.....	35
3.5. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Teknik Analisis Data.....	39
3.7. Keabsahan Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	43
4.1.2. Strategi Pemasaran UMKM Kampung Nelayan Lingkungan XII.....	43
4.1.3. Temuan Hasil Penelitian	44
4.2. Pembahasan Penelitian.....	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	65
5.2. Deskripsi Lokasi Penelitian	66

DAFTAR PUSTAKA	68
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	71
------------------------	----

RIWAYAT HIDUP.....	85
--------------------	----