

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPULi
HALAMAN PERSETUJUANii
HALAMAN PENGESAHAN.....	..iii
ABSTRAK.....	..iv
KATA PENGANTARiv
DAFTAR ISIvi
DAFTAR TABEL.....	..ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	..x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Kajian Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran.....	15
Pengertian pemasaran.....	15
Konsep pemasaran.....	16
STP.....	18
Marketing mix.....	27
Marketing syariah.....	31

B. Peningkatan Pendapatan.....	36
Pengertian peningkatan pendapatan.....	36
Jenis-jenis pendapatan.....	36
Factor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan.....	37
Indicator tingkat pendapatan.....	38
C. UMKM.....	39
Pengertian UMKM.....	39
Kriteria UMKM.....	40
Ciri-ciri UMKM.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Kehadiran Peneliti	43
C. Lokasi Penelitian	44
D. Sumber Data	45
E. Prosedur Pengumpulan Data	47
F. Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Data	51
H. Tahap-tahap Penelitian	56

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A, Paparan data.....	58
B. Temuan Penelitian.....	84
C. Pembahasan.....	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....104

B. Saran.....107

DAFTAR PUSTAKA.....108

LAMPIRAN.....116

RIWAYAT HIDUP.....120