

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
F. Kajian Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Strategi Pemasaran	12
B. Usaha Kecil Menengah (UKM)	16
C. <i>Public Relations</i>	17

BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	22
B. Kehadiran Peneliti	23
C. Lokasi Penelitian	24
D. Sumber Data	24
E. Prosedur Pengumpulan Data	25
F. Analisis Data	28
G. Pengecekan Keabsahan Data	30
H. Tahap-tahap Penelitian	32
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN	
PEMBAHASAN	34
A. Paparan Data	34
B. Temuan Penelitian.....	53
C. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR RUJUKAN	65
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70