**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**UCAPAN TERIMAKASIH ii**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vi**

**DAFTAR GAMBAR vii**

**ABSTRAK viii**

***ABSTRACT* ix**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang 1
  2. Identifikasi Masalah 5
  3. Batasan Masalah 5
  4. Rumusan Masalah 6
  5. Tujuan Penelitian 6
  6. Manfaat Penelitian 6
  7. Anggapan Dasar 7
  8. Hipotesis 8

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**

* 1. Manajemen Pemasaran 9
     1. Pengertian Manajemen Pemasaran 9
     2. Fungsi Manajemen Pemasaran 10
  2. Pemasaran 11
     1. Pengertian Pemasaran 11
     2. Proses Pemasaran 12
  3. Bauran Pemasaran 13
  4. Strategi Pemasaran 15
     1. Pengertian Strategi Pemasaran 15
     2. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran 16
     3. Indikator Strategi Pemasaran 17
  5. Lemang 19

2.4.1 Pengertian Lemang 19

2.4.2 Cara Pengolahan Lemang 19

* 1. Penelitian Terdahulu 24
  2. SWOT 26
  3. Kerangka Pemikiran 27

**BAB III METODE PENELITIAN 29**

* 1. Desain Penelitian 29
  2. Tempat Dan Waktu Penelitian 29
     1. Tempat Penelitian 29
     2. Waktu Penelitian 30
  3. Populasi Dan Sampel 31
     1. Populasi 31
     2. Sampel 31
  4. Variabel Dan Indikator Penelitian 32
  5. Instrumen Penelitian 33
  6. Teknik Pengumpulan Data 34
  7. Teknik Analisis Data 35
  8. Definisi dan Batasan Oprasinal 39

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 40**

4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian 40

4.1.1 Geografi dan Topografi 41

4.1.2 Keadaan Penduduk 41

4.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian 42

4.2 Hasil Penelitian 42

4.2.1 Karakteristik Sampel Penelitian 42

4.2.2 Dekskripsi Faktor Internal dan Eksternal 44

4.2.3 Strategi Pemasaran Lemang Batok 52

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 64

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 67**

5.1 Kesimpulan 67

5.2 Saran 68

**DAFTAR PUSTAKA 70**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

**No. Judul Halaman**

Tabel 1 Rata – Rata Konsumsi Beras Ketan per Kapita Seminggu 2

Tabel 2 Kandungan Gizi Beras Ketan 2

Tabel 3 Penjualan UD Lemang Batok Jl K.H Ahmad Dahlan Kota Tebing Tinggi 3

Tabel 4 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 5 Jadwal Penelitian 30

Tabel 6 Skala Likert 34

Tabel 7 Matriks Swot 36

Tabel 8 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Tebing Tinggi 40

Tabel 9 Luas Wilayah,Jumlah Penduduk dan Kepadatan Menurut Kecamatan di Kota Tebing Tinggi Tahun 2018 41

Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42

Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43

Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan . 43

Tabel 13 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pemasaran Lemang Batok di Kota Tebing Tinggi 52

Tabel 14 Pembobotan Faktor-Faktor Internal 54

Tabel 15 Pembobotan Faktor – Faktor Eksternal 55

Tabel 16 Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS) 56

Tabel 17 Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal (EFAS) 58

Tabel 18 Tabel IFAS dan EFAS Strategi Pemasaran Lemang Batok 59

Tabel 19 Matriks SWOT 6

**DAFTAR GAMBAR**

**No. Judul Halaman**

Gambar 1 Tahapan Proses Pembuatan Lemang 22

Gambar 2 Kerangka Berpikir 28

Gambar 3 Kuadran Swot 37

Gambar 4 Matriks Strategi Pemasaran Lemang Batok 61