

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Kajian Teori	15
1. <i>Marketing</i>	15
2. <i>Branding</i>	25
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	41
B. Setting Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	43
D. Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Pengujian Keabsahan Data	47
G. Teknik Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	53
1. Historis dan Letak Geografis	53
2. Produk-produk UMKM Kopi Tjolo Kudus	55
3. Struktur Organisasi UMKM Kopi Tjolo	57
4. Visi, Misi, dan Tujuan UMKM Kopi Tjolo Kudus	58
B. Deskripsi Data Penelitian.....	59
1. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Kopi Tjolo Ikut Serta Mendaftarkan Produknya Mengikuti Pameran Di <i>Event</i> Internasional G20	59
2. UMKM Kopi Tjolo Memanfaatkan Pameran Dalam <i>Event</i> Internasional G20 Sebagai Sarana <i>Marketing</i>	62
3. UMKM Kopi Tjolo Memanfaatkan Pameran dalam <i>Event</i> Internasional G20 Sebagai Sarana <i>Branding</i>	75
C. Analisis Data Penelitian	80
1. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Kopi Tjolo Ikut Serta Mendaftarkan Produknya Mengikuti Pameran Di <i>Event</i> Internasional G20	80
2. Upaya Dan Dampak UMKM Kopi Tjolo Dalam Memanfaatkan Pameran Dalam <i>Event</i> Internasional G20 Sebagai Sarana Marketing	83
3. Upaya Dan Dampak Dalam Memanfaatkan Momen Pameran <i>Event</i> Internasional G20 Sebagai Sarana <i>Branding</i>	91
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	97
B. Saran-saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Produksi Kopi Tiap Kecamatan di Kabupaten Kudus 2018/2019/2020..... 7

Tabel 1.2 UMKM Jawa Tengah Lolos Kurasi ke Bali 2022 9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 36

Tabel 4.1 Data Penjualan “Berpijar Coffee” Sebelum dan Sesudah Event G20 88

Tabel 4.2 Rincian Penjualan Setelah Event G20 88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Peta Lokasi Berpijar Coffee UMKM Kopi Tjolo.....	55
Gambar 4.2	Kopi Tjolo Green Bean.....	55
Gambar 4.3	Kopi Tjolo Kemasan pouch.....	56
Gambar 4.4	Kopi Tjolo Kemasan Kaleng.....	56
Gambar 4.5	Kopi Tjolo Kemasan Kaleng.....	56
Gambar 4.6	Kopi Tjolo Green Bean.....	56
Gambar 4.7	Kopi Tjolo Dripper.....	57
Gambar 4.8	Struktur organisasi UMKM Kopi Tjolo.....	58
Gambar 4.9	Produk di Boot Stand Kopi Tjolo di Event G20 Bali.....	64
Gambar 4.10	Pembagian Tester Produk kepada Delegasi.....	65
Gambar 4.11	Selebaran (Flyer) Kopi Tjolo.....	66
Gambar 4.12	Kartu Nama Manager Kopi Tjolo.....	66
Gambar 4.13	Sosial Media UMKM Kopi Tjolo: Website, TikTok, Facebook, Instagram.....	73
Gambar 4.14	Logo G20 Indonesia.....	76
Gambar 4.15	Liputan Media Pers Tentang Kopi Tjolo di Event G20 Bali.....	79

