

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Batasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	15
1. Definisi Pemasaran.....	15
2. Manajemen Pemasaran.....	17
3. Tujuan Pemasaran	17
4. Pengertian Strategi Pemasaran	18
5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
6. Penjualan	31
7. Kegunaan Penjualan.....	32
8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	33
B. Penelitian Terdahulu	35

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Kehadiran Peneliti.....	41
D. Data dan Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
H. Tahap-Tahap Penelitian	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Lokasi Penelitian.....	51
2. Sejarah Berdirinya Swarga Hijab Tulungagung	51
3. Visi dan Misi Swarga Hijab Tulungagung.....	52

4. Tujuan Swarga Hijab Tulungagung	53
5. Struktur Organisasi	53
B. Paparan Data	54
1. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung	54
2. Pembahasan Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung	62
C. Temuan Penelitian.....	69
1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung	69
2. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung	71

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung.....	76
B. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Swarga Hijab Tulungagung	84

BAB VI : PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	89
B. SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	93

LAMPIRAN-LAMPIRAN