

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penegasan Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan	14

BAB II TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Pemasaran	16
B. Fungsi Pemasaran Pada Perusahaan.....	17

C. Pengertian Strategi	18
D. Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
E. Perumusan Pemasaran.....	21
F. Bauran Pemasaran.....	24
G. Volume Penjualan	27
H. Penelitian Terdahulu	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Kehadiran Peneliti.....	35
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Teknik Keabsahan Data	41
H. Tahap-Tahap Penelitian	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian	50
B. Temuan Penelitian	53

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Mini Market Fahana.....	70
B. Analisis Perkembangan Volume Penjualan pada Mini Market Fanaha Mart	78

C. Kelebihan Strategi Pemasaran Mini Market Fanaha.....	81
D. Kekurangan Strategi Pemasaran Mini Market Fanaha.....	86

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA95

LAMPIRAN-LAMPIRAN