

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 | xi |
| Daftar Gambar..... | xii |
| Daftar Lampiran | xiii |
| Abstrak | xiv |
| Abstract | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| D. Batasan Masalah..... | 9 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| F. Penegasan Istilah | 11 |
| G. Sistematika Penulisan Skripsi | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| A. Strategi Pemasaran | 14 |
| B. Keputusan Pembelian Produk | 32 |
| C. Penelitian Terdahulu | 35 |
| D. Paradigma Penelitian..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Pendekatan Penelitian | 41 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| B. Jenis Penelitian..... | 42 |
| C. Kehadiran Peneliti..... | 42 |
| D. Lokasi Penelitian..... | 43 |
| E. Sumber Data..... | 43 |
| F. Metode Pengumpulan Data..... | 44 |
| G. Analisis Data..... | 46 |
| H. Pengecekan Keabsahan Data..... | 50 |
| I. Tahap-tahap Penelitian..... | 51 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Deskripsi Singkat Objek Penelitian..... | 52 |
| B. Paparan Data..... | 55 |
| C. Temuan Penelitian..... | 87 |

BAB V PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| A. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung | 94 |
| B. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung | 100 |
| C. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung | 102 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 107 |
| B. Saran..... | 108 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN