

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembaan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Pembatas Masalah .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Definisi Istilah .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	10

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

A. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
B. Filosofi Manajemen Pemasaran.....	15
C. Pengertian Strategi.....	18
D. Pengertian Pemasaran .....	21
E. Pengertian Strategi Pemasaran .....	25
F. Perumusan Strategi Pemasaran.....	29
G. Bauran Pemasaran .....	31
H. Volume Penjualan.....	37
I. Penelitian Terdahulu .....	39
J. Kerangka Konseptual .....	40

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	41
C. Kehadiran Peneliti .....	42
D. Data dan Sumber Data .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisis Data .....	46
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	47
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	49

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data

1. Profil Perusahaan Kerupuk Edos ..... 51
2. Data Penjualan Perusahaan Kerupuk Edos .....55

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Perusahaan Kerupuk  
Edos Desa Ketanon ..... 57
2. Kendala yang Dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi  
Pemasaran pada Perusahaan Kerupuk Edos .....72

**BAB V : PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Perusahaan Kerupuk

- Edos Desa Ketanon..... 80

B. Kendala yang Dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi

- Pemasaran pada Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon..... 89

**BAB VI : PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 95

- B. Saran ..... 96