

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing</b> .....	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan Penguji</b> .....	<b>iv</b>
<b>Halaman Persembahan</b> .....	<b>v</b>
<b>Halaman Motto</b> .....	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
1. Secara Teoritis .....	12
2. Secara Praktis .....	12
E. Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah .....	13
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	15

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Pemasaran .....	17
B. Strategi Pemasaran .....	22
C. Bauran Pemasaran .....	27
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	29
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	33
3. Tempat ( <i>Place</i> )/ Distribusi ( <i>Disribution</i> ) .....	36
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	38
5. Orang ( <i>People</i> ) .....	42
6. Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	45
7. Proses ( <i>Process</i> ) .....	46
D. Omset penjualan .....	49
E. Factory Outlet .....	54
F. Penelitian Terdahulu .....	56

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	61
1. Pendekatan Penelitian .....	61
2. Jenis Penelitian .....	62
B. Lokasi Penelitian .....	62
C. Kehadiran Peneliti .....	63
D. Data Dan Sumber Data .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data .....	64
F. Teknik Analisis Data .....	66

G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	67
H. Tahap-Tahap Dalam Penelitian .....	68

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data .....	70
1. Profil Toko Jesse Factory Tulungagung .....	70
2. Struktur Organisasi .....	71
3. Produk Toko Jesse Factory Tulungagung .....	72
B. Hasil Temuan Penelitian .....	73
1. Strategi Produk ( <i>Product</i> ) .....	74
2. Strategi Harga ( <i>Price</i> ) .....	79
3. Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	82
4. Strategi Saluran Distribusi Atau Tempat ( <i>Place</i> ).....	85
5. Strategi Orang ( <i>People</i> ) .....	87
6. Strategi Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	91
7. Strategi Proses ( <i>Process</i> ).....	93
C. Analisis Data .....	98

#### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Penerapan Strategi Pemasaran <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Dan Process</i> Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jesse Factory Tulungagung .....	104
1. Penerapan Strategi Produk ( <i>Product</i> ) .....	105
2. Penerapan Strategi Harga ( <i>Price</i> ) .....	108
3. Penerapan Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	110

4. Penerapan Strategi Saluran Distribusi Atau Tempat ( <i>Place</i> ) .....	113
5. Penerapan Strategi Orang ( <i>People</i> ) .....	115
6. Penerapan Strategi Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	117
7. Penerapan Strategi Proses ( <i>Process</i> ).....	118
<b>B. Kendala dan Solusi Penerapan Strategi Pemasaran <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Dan Process</i> Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jesse Factory Tulungagung .....</b>	<b>120</b>
1. Strategi Produk .....	120
2. Strategi Harga .....	121
3. Strategi Promosi .....	122
4. Strategi Saluran Distribusi atau Tempat .....	122
5. Strategi Orang .....	123
6. Strategi Bukti Fisik .....	123
7. Strategi Proses .....	124
 <b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	125
B. Saran .....	127
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
 <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>132</b>