

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Identifikasi Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Pembahasan	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran	15
3. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran	18
4. Fungsi dan Peran Pemasaran	20
B. Bauran Pemasaran	22
1. Bauran Pemasaran	22
2. Unsur-Unsur	
Bauran Pemasaran	23
C. Penjualan	28
1. Pengertian Penjualan	28
2. Jenis-Jenis Penjualan	28
3. Tujuan Penjualan	30
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	
Tingkat Penjualan	30
5. Faktor-Faktor Penyebab	
Turunnya Omset Penjualan	31
D. Penelitian Terdahulu	34
E. Kerangka Berfikir	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
--	----

B. Lokasi Penelitian	41
C. Kehadiran Penelitian	42
D. Data dan Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Analisis Data	46
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	47
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data	50
B. Temuan Penelitian.....	51
C. Analisis Data	75
BAB V PEMBAHASAN	
A. Strategi Pemasaran Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan	80
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan	87
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	