

DAFTAR ISI

Halaman Sampul luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman MottoHalaman Persembaha.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masala.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Penegasan Istilah.....	12
F. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	
1. Pengertian pemasaran	15
2. Fungsi pemasaran.....	15
3. Konsep inti pemasaran	16
B. Penjualan	
1. Pengertian penjualan	19
2. Tujuan penjualan	20
3. Jenis-jenis penjualan	21
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan	22
C. Strategi pemasaran	
1. Pengertian strategi pemasaran.....	24
2. Perumusan strategi pemasaran	24
3. Bauran pemasaran	27
D. Penelitian Terdahulu	33
E. Kerangka berfikir teoritis	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
---	----

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C. Kehadiran Peneliti	42
D. Data dan Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	47
H. Tahap-Tahap Penelitian	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	50
B. Temuan penelitian	53
C. Analisis temuan.....	57

BAB V : PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Strategi Pemasaran Produk pada Produk Madu Kelanceng Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk.....	75
B. Strategi Pemasaran Harga pada Produk Madu Kelanceng Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk	77
C. Strategi Pemasaran Promosi pada Produk Madu Kelanceng Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk	78
D. Strategi Pemasaran Tempat pada Produk Madu Kelanceng Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk	71

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Saran-saran.....	85