

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRAC	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
G. Penegasan Istilah.....	7
H. Sistematika Penulisan Skripsi	9

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi	11
B. Pemasaran	16
C. Strategi Pemasaran	20
D. Volume Penjualan	27
E. Penelitian Terdahulu	30
F. Paradigma Penelitian.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Kehadiran Peneliti	37
D. Data dan Sumber data.....	37
E. Teknik Pengumpulan data	38
F. Teknik Analisis Data	39
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	41
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	44
1. Lokasi Penelitian.....	44
2. Sejarah Koperasi Tani Jasa Tirta.....	45
3. Visi misi Koperasi Tani Jasa Tirta	47
4. Struktur Organisasi Koperasi Tani Jasa Tirta	48
5. Volume Penjualan Susu Sapi Perah Koperasi Tani Jasa Tirta.....	50
B. Paparan Data	51
1. Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta.....	51
2. Kendala dan Solusi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta.....	65

C. Temuan Peneliti	70
--------------------------	----

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah dalam Meningkatkan Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta.....	74
B. Kendala dan Solusi pemasaran Susu Sapi Perah dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta.....	87

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN