

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Bagan	xv
Lampiran	xvi
Abstrak	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penegasan Istilah.....	7
F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	8
G. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	10
1. Definisi Pemasaran.....	10
2. Manajemen Pemasaran.....	11
3. Definisi Strategi	13
4. Strategi pemasaran	16
5. Penjualan	21
6. Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	24
B. Penelitian Terdahulu	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Kehadiran Peneliti.....	35
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknis Analisis Data	39
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	40
H. Tahap-Tahap Penelitian	41

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	43
1. Gambaran Umum Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery...	43

2. Sejarah Berdirinya Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery .	44
3. Letak Geografis Objek Penelitian	46
4. Visi dan Misi	49
5. Sarana dan Prasarana.....	49
6. Struktur Organisasi	50
7. Data-Data Informan	51
B. Temuan Penelitian.....	51
1. Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kebaya Khas Bali	51
2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kebaya Khas Bali	58

BAB V PEMBAHASAN

A. Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kebaya Khas Bali	64
B. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kebaya Khas Bali	70

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN