

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran.....	14
B. <i>Marketing Mix</i> Atau Bauran Pemasaran	20
C. Volume Penjualan.....	28
D. Penelitian Terdahulu	32
E. Kerangka Berfikir	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	51
B. Lokasi Dan Subyek Penelitian	52
C. Kehadiran Penelitian.....	54
D. Data Dan Sumber Data	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data	58
G. Uji Keabsahan Data	59
H. Tahapan Penelitian.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Dan Gambaran Umum UMKM Ebi Parfum	62
B. Paparan Data.....	66

BAB V PEMBAHASAN

A. Implementasi Strategi <i>Marketing Mix</i> Usaha Parfum Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	119
B. Faktor Pendukung dan Penghambat serta Solusi Implementasi Strategi <i>Marketing Mix</i> Pada Usaha Parfum.....	130

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan..... 133

B. Saran 134

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN