

## 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.....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Abstrak .....	xiii
Abstract .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah .....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5
F. Penegasan Istilah .....	6
G. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Pemasaran.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Konsep Pemasaran.....	12
3. Segmentasi, Targetting, Positioning.....	14
4. Strategi Pemasaran .....	18
B. Analisis SWOT.....	30
1. Pengertian Analisis SWOT.....	30
2. Manfaat Analisis SWOT.....	31

3. Tujuan Analisis SWOT.....	32
4. Formula Analisis SWOT .....	32
C. Penelitian Terdahulu.....	36
D. Paradigma Penelitian .....	41
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian .....	44
C. Kehadiran Peneliti .....	44
D. Data dan Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
F. Teknik Analisis Data .....	47
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	48
H. Tahap-tahap Penelitian .....	50
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Objek dan Lokasi Penelitian.....	53
B. Temuan Penelitian.....	64
C. Analisis Data .....	70
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Strategi Pemasaran Mini Market Nusantara Mart Tenggur .....	74
B. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan.....	77
C. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Nusantara Mart Tenggur dengan Menggunakan Analisis SWOT....	79
<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran .....	87

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**