

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Penegasan Istilah	16
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Pengertian Strategi	21
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	22
1. Produk	23
2. Harga (Price)	24
3. Promosi.....	26
4. Tempat/ Saluran Distribusi (Place)	28
C. Analisis SWOT	29

D. Volume Penjualan	37
E. Penelitian Terdahulu.....	41
F. Kerangka Teori	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian	52
C. Kehadiran Peneliti	52
D. Data dan Sumber Data	53
1. Data Primer	53
2. Data Sekunder	54
E. Teknik Pengumpulan Data	54
1. Observasi	55
2. Wawancara.....	56
3. Dokumentasi.....	57
F. Teknik Analisis Data	57
1. Analisis Faktor Internal.....	58
2. Analisa faktor eksternal.....	58
3. Matrik SWOT.....	60
4. Diagram Analisis SWOT	60
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	61
1. Perpanjangan Pengamatan.....	61
2. Meningkatkan Ketekunan	62
3. Triangulasi.....	62
4. Mengadakan Membercheking.....	63
H. Tahapan Penelitian	63
1. Tahapan Persiapan.....	63
2. Tahapan lapangan.....	63
3. Tahapan pengelolaan data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Objek Penelitian	65

1. Sejarah Singkat UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun	65
2. Letak Geografis	67
3. Struktur Organisasi di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun	68
4. Visi dan Misi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun.....	71
5. Pusat Informasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun	72
6. Fasilitas dan Unit Pengolahan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun..	72
7. Hasil Produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun	75
B. Temuan Penelitian.....	76
1. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.....	77
2. Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.....	88
3. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.....	96
BAB V PEMBAHASAN	108
A. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung	108
1. Strategi Produk.....	109
2. Strategi Harga.....	111
3. Strategi Promosi	112
4. Strategi Tempat dan saluran Distribusi	114
B. Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung	116
1. Strategi SO (strenght-opportunity).....	118
2. Strategi ST (strenght-threats)	118

3. Strategi WO (Weakness-Opportunity)	119
4. Strategi WT (weaknes-threat)	119
C. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung	120
BAB VI PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
1. Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:	123
2. Pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:	124
3. Bauran pemasaran melalui pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:	126
B. Saran.....	128
1. Bagi Akademik.....	128
2. Rekomendasi bagi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun	128
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	132