

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	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Pembatasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Definisi Istilah.....	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Pengertian Pemasaran.....	15
3. Pengertian Strategi Pemasaran	16
4. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	17
5. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran.....	22
6. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	23
7. Bauran Pemasaran	25
B. Bisnis Kuliner.....	28
1. Pengertian Bisnis	28
2. Pengertian Kuliner	31
3. Pengertian Bisnis Kuliner	32
4. Jenis-Jenis Bisnis	35
5. Tujuan Kebijakan Bisnis	37
C. Pandemi Covid-19.....	39
D. Penelitian Terdahulu	41
E. Kerangka Teori.....	43

BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Kehadiran Peneliti.....	49
D. Data dan Sumber Data.....	50
1. Data.....	50
2. Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Observasi.....	52
2. Wawancara	52
3. Studi Dokumentasi	53
F. Teknik Analisis Data	53
1. Reduksi Data	54
2. Penyajian Data.....	55
3. Menarik Kesimpulan	55
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	56
1. Perpanjangan Keikutsertaan	56
2. Triangulasi.....	57
H. Tahapan Penelitian	57
1. Tahapan Perencanaan	58
2. Penafsiran Hasil Analisis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
1. Profil Usaha	60
2. Sejarah Lesehan Nirwana Bambu Tulungagung	60
3. Struktur Organisasi.....	61
4. Visi dan Misi	63
5. Tujuan Usaha.....	63
B. Paparan Data	64
1. Paparan Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19.....	64
2. Paparan Tentang Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	72
3. Paparan Tentang Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	81
C. Analisis Data	88
1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19	88
2. Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	88

3. Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	89
BAB V PEMBAHASAN	90
A. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19	90
B. Pembahasan Tentang Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	102
C. Pembahasan Tentang Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	106
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan.....	109
1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Dalam Mempertahankan Bisnis Lesehan Nirwana Bambu di Masa Pandemi Covid-19.....	109
2. Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran di Tengah Pandemi Covid-19	110
3. Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19	111
B. Saran.....	112
1. Bagi Akademik	112
2. Bagi Lesehan Nirwana Bambu	113
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	118