

## 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.....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak .....	xvii

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah .....	9
F. Sistematika Penulisan Skripsi .....	12

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

A. Pemasaran <i>Online</i>	
1. Definisi Pemasaran .....	17
2. Konsep Pemasaran .....	18
3. Pemasaran <i>Online</i> .....	18
4. Manfaat Pemasaran <i>Online</i> .....	19
B. Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	20
1. Definisi Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	20
2. Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	22
3. Konsep Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	26
C. Faktor Pendorong dan Penghambat Strategi Pemasaran <i>Online</i> ...	27
1. Faktor Pendorong Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	27
2. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran <i>Online</i> .....	29
D. Sistem Informasi Penjualan .....	29
1. Sistem dan Informasi .....	29
2. Penjualan .....	31
3. Sistem Informasi Penjualan.....	32
E. Volume Penjualan .....	33
F. Usaha Tanaman Eco Bibit.....	34
G. Penelitian Terdahulu .....	35
H. Kerangka Konseptual.....	42

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	44
--	----

B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Kehadiran Penelitian.....	47
D. Data dan Sumber Data .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Analisi Data .....	51
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	53
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	56

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data .....	59
1. Strategi Pemasaran <i>Online</i> yang Digunakan Oleh Usaha Tanaman Eco Bibit.....	62
2. Faktor Pendorong dan Penghambat Proses Jalannya Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit .....	70
3. Sitem Informasi Penjualan sebagai Penunjang Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit .....	75
B. Temuan Penelitian .....	80
1. Strategi Pemasaran <i>Online</i> yang Digunakan Oleh Usaha Tanaman Eco Bibit.....	80
2. Faktor Pendorong dan Penghambat Proses Jalannya Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit .....	84
3. Sitem Informasi Penjualan sebagai Penunjang Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit .....	87

## **BAB V: PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran <i>Online</i> yang Digunakan Oleh Usaha Tanaman Eco Bibit .....	89
B. Faktor Pendorong dan Penghambat Proses Jalannya Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit.....	99
C. Sitem Informasi Penjualan sebagai Penunjang Strategi Pemasaran <i>Online</i> Eco Bibit.....	104

## **BAB VI: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**