

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran.....	15
1. Pengertian Strategi Pemasaran	15

2. Tahapan Strategi Pemasaran	17
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	19
B. Digital Marketing	31
1. Pengertian Digital Marketing	31
2. Konsep Digital Marketing	33
3. Tujuan Digital Marketing	37
4. Strategi Digital Marketing	38
5. Jenis-Jenis Digital Marketing	40
6. Langkah-Langkah Digital Marketing	44
C. Penjualan Produk	46
1. Pengertian Penjualan	46
2. Tujuan Penjualan	47
3. Penjualan Produk	48
4. Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Penjualan Produk	55
D. Penelitian Terdahulu	56

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian	63
B. Lokasi Penelitian	65
C. Kehadiran Penelitian	66
D. Data dan Sumber Data	67
E. Teknik Pengumpulan Data	68
F. Teknik Analisis Data	71
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	73
H. Tahap-Tahap Penelitian	76

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	79
B. Temuan Penelitian	94

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pemasaran Digital yang Dilakukan Aida Branded Matahari Store Kediri guna Meningkatkan Volume Penjualan Produk	109
B. Kelemahan Dan Kelebihan Dari Pemasaran Digital Yang Dilakukan Aida Branded Matahari Store Kediri Guna Meningkatkan Volume Penjualan Produk	118
C. Solusi untuk Menghadapi Kelemahan Aida Branded Matahari Store Kediri Guna Meningkatkan Volume Penjualan Produk	121

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	123
B. Saran	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN