

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan 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
Abstract	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Isitilah.....	8
G. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	11
B. Strategi	17
C. Strategi Pemasaran	20
D. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	26
E. Usaha.....	36
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	41
G. Kerangka Berfikir.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Kehadiran Peneliti.....	46
D. Data dan Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Pengecekan Pengabsahan Data	51
H. Tahap-Tahap Penelitian	52

BAB IV HASIL ANALISIS

A. Paparan Data Penelitian	53
B. Temuan Penelitian.....	59

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Produk Untuk Mempertahankan Usaha Pada Warnet AG Net Desa Beji Boyolangu Tulungagung	68
B. Strategi Promosi Untuk Mempertahankan Usaha Pada Warnet AG Net	

Desa Beji Boyolangu Tulungagung	69
C. Strategi Harga Untuk Mempertahankan Usaha Pada Warnet AG Net	
Desa Beji Boyolangu Tulungagung	71
D. Strategi Lokasi Untuk Mempertahankan Usaha Pada Warnet AG Net	
Desa Beji Boyolangu Tulungagung	72
E. Analisis Strategi Pemasaran Yang Perlu Dilakukan Pengusaha Warnet	
AG Net Untuk Mempertahankan Kelangsungan Usahanya.....	73

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN