

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	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II PEMBAHASAN	12
A. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengertian Pemasaran	13
3. Strategi Pemasaran	16
B. Bauran Pemasaran	20
1. Produk (<i>Product</i>)	22
2. Harga (<i>Price</i>)	25
3. Tempat (<i>price</i>)	27
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	29

C. Penjualan	32
1. Pengertian Penjualan	32
2. Tujuan Penjualan	33
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	34
D. Penelitian Terdahulu	36
E. Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Kehadiran Peneliti	47
D. Data dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Data	52
H. Tahap-Tahap Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
A. Deskripsi Objek Penelitian	56
B. Temuan Hasil Penelitian	59
C. Analisis Temuan Penelitian	73
BAB V PEMBAHASAN	77
A. Strategi Pemasaran UD. Sontani Berkah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	77
B. Kendala Serta Solusi UD. Sontani Berkah Dalam Proses Pemasaran ..	85
BAB VI PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	