

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penegasan Istilah .....	10
F. Sistematika Penulisan Skripsi .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Pengertian Strategi .....	15
B. Pengertian Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ).....	15
1. Product .....	16

2. Price.....	18
3. Promotion.....	20
4. Place .....	21
C. Pengertian Analisis Matrik SWOT.....	23
D. Pengertian Volume Penjualan .....	31
E. Penelitian Terdahulu .....	32
F. Kerangka Teori .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian .....	43
C. Kehadiran Peneliti .....	44
D. Data dan Sumber Data .....	44
1. Data Primer.....	45
2. Data Skunder .....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
1. Observasi .....	45
2. Wawancara .....	46
3. Dokumentasi.....	47
F. Teknik Analisis Data .....	47
1. Analisis Faktor Internal.....	48
2. Analisis Faktor Eksternal .....	49
3. Matrik SWOT .....	50
4. Diagram Analisis SWOT .....	51
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	51
H. Tahap Penelitian.....	52
1. Tahap Persiapan .....	53
2. Tahap Lapangan .....	53
3. Tahap pengelolaan data.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELTIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	55
1. Sejarah singkat UD Ratu Muda Persada .....	55
2. Letak Geografis .....	56

3. Struktur Organisasi di UD Ratu Muda Persada .....	57
4. Visi dan Misi UD Ratu Muda Persada .....	60
5. Pusat Informasi UD Ratu Muda Persada .....	61
6. Fasilitas dan Unit Pengolahan UD Ratu Muda Persada.....	61
7. Hasil Produksi UD Ratu Muda Persada .....	61
B. Paparan Data .....	63
1. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	64
2. Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	75
3. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis Matrik SWOT Dalam Meningkatkan Volume penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	81
C. Temuan Penelitian.....	90

## **BAB V PEMBAHASAN .....101**

A. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	101
1. Strategi produk .....	102
2. Strategi Harga.....	103
3. Strategi Tempat .....	105
4. Strategi Promosi .....	106
B. Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	108
1. Strategi SO ( Strength-Opportunity ).....	109
2. Strategi ST ( Strength-Threats ).....	109
3. Strategi WO ( Weakness-Opportunity ) .....	110
4. Strategi WT ( Weakness-Threats ) .....	110
C. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis Matrik SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada Desa Gamping Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung .....	111

## **BAB VI PENUTUP .....113**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>113</b>
1. Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di UD Ratu Muda Persada sebagai berikut: .....	113
2. Pendekatan Analisis SWOT dalam meningkatkan volume Penjualan di UD Ratu Muda Persada sebagai berikut: .....	113
3. Bauran Pemasaran melalui pendekatan analisis Matrik SWOT dalam meningkatkan volume penjualan di UD Ratu Muda Persada.....	114
<b>B. Saran .....</b>	<b>115</b>
1. Bagi Akademik.....	115
2. Bagi UD Ratu Muda Persada .....	115
3. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	<b>116</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**