

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
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	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Penegasan Istilah	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II: LANDASAN TEORI	13
A. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran.....	13
1. Definisi Strategi.....	13
2. Definisi Strategi Pemasaran	14
3. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	15
4. Bauran Pemasaran	17

B. Tinjauan Tentang Daya Tarik Konsumen	24
1. Pengertian Daya Tarik.....	24
2. Kepuasan Konsumen.....	24
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka Konseptual	29
BAB III: METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Kehadiran Peneliti	32
D. Data dan Sumber Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	37
H. Tahap-tahap Penelitian	38
BAB IV: HASIL PENELITIAN	40
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
B. Paparan Data	44
C. Temuan Penelitian.....	66
BAB V: PEMBAHASAN	68
A. Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Warung Soto Ayam Barokah Boyolangu.....	68
B. Analisis Strategi Bauran Pemasaran 12P Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen	70
C. Dampak Strategi Bauran Pemasaran 12P Terhadap Daya Tarik Konsumen.....	76
BAB VI: PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	