

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	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I	: PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	9
G. Sistematika Pembahasan	9

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran.....	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Konsep Bauran Pemasaran	13
B. <i>Multi Level Marketing</i>	15
1. Definisi <i>Multi Level Marketing</i>	15
2. Sistem Operasional <i>Multi Level Marketing</i>	16
3. Ciri-ciri Bisnis <i>Multi Level Marketing</i>	17
C. Penelitian Terdahulu	19
D. Kerangka Konseptual	23

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan	25
B. Lokasi Penelitian	26
C. Kehadiran Peneliti	26
D. Data dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	31
H. Tahap-tahap Penelitian	33

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	34
B. Temuan Data	77

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Strategi Pemasaran Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia dalam *Multi Level Marketing* pada Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri 90
- B. Kendala dan Upaya Strategi Pemasaran Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia yang dihadapi Stokis Herba Penawar Alwahida Indonesia Desa Susuhbango Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri 101

BAB VI : KESIMPULAN

- A. Kesimpulan 105
- B. Saran 107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN