

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	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Penegasan Istilah	13
F. Sistematika Penulisan	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	17
-----------------------------	----

1. Konsep Strategi	17
2. Konsep Pemasaran	19
3. Tahap Strategi Pemasaran.....	24
4. Bauran Pemasaran	30
B. <i>E-Commerce</i>	36
1. Definisi <i>E-Commerce</i>	36
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	38
3. Manfaat <i>E-Commerce</i>	40
4. Cara Membuat Akun Penjual di <i>E-Commerce</i> Shopee.....	42
5. Metode Pembayaran <i>E-Commerce</i>	42
C. Volume Penjualan	44
1. Pengertian Volume Penjualan	44
2. Tujuan Volume Penjualan.....	46
3. Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	47
D. Penelitian Terdahulu.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	54
B. Lokasi Penelitian	55
C. Kehadiran Peneliti.....	55
D. Data Dan Sumber Data	56
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Teknik Analisis Data.....	58
G. Pengecekan Keabsahan	59

H. Tahap-tahap Penelitian	60
---------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
1. Profil Usaha.....	62
2. Letak Usaha Bynda_id.....	62
3. Sejarah Berdirinya Usaha Bynda_id	64
4. Visi dan Misi Usaha Bynda_id	65
B. Paparan Data	65
1. Paparan Tentang Strategi Produk Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	65
2. Paparan Tentang Strategi Harga Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	68
3. Paparan Tentang Strategi Promosi Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	70
4. Paparan Tentang Strategi Tempat Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	73
C. Analisi Data	74
1. Paparan Tentang Strategi Produk Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	75
2. Paparan Tentang Strategi Harga Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	76
3. Paparan Tentang Strategi Promosi Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	76

4. Paparan Tentang Strategi Tempat Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	77
---	----

BAB V PEMBAHASAN

A. Pembahasan Tentang Strategi Produk Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	79
B. Pembahasan Tentang Strategi Harga Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	81
C. Pembahasan Tentang Strategi Promosi Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	83
D. Pembahasan Tentang Strategi Tempat Bynda_id Melalui <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	85

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN