

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 Lampiran	xii
Abstrak	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Batasan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	16
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	25
C. Penjualan	34
D. Loyalitas Pelanggan	37
E. Penelitian Terdahulu	41
F. Kerangka Berfikir	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	49
C. Kehadiran Penelitian	50
D. Data dan Sumber Data	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data	54
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	55
H. Tahap- tahap Penelitian	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Pemaparan Data	62
C. Temuan Penelitian	78

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran yang Dilakukan Pramedia Audio Trenggalek....	82
B. Dampak Penerapan Strategi Bauran Pemasaran terhadap Penjualan dan Loyalitas Pelanggan	90

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Pemilik Usaha Sound System dan Perlengkapan Pernikahan di Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.....	6
1.2 Jumlah Omset Penjualan Pramedia Audio Pada Tahun 2020 - 2022.....	7
4.2 Daftar Pelanggan Tetap di Wilayah Trenggalek.....	62
4.3 Daftar Produk dan Harga Pramedia Audio	66
4.4 Omset Penjualan Produk dan Jasa Pramedia Audio Tahun 2020 – 2022.....	76
5.1 Omset Penjualan Produk dan Jasa Pramedia Audio Tahun 2020 – 2022	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Wawancara
- Lampiran 2: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 4: Dokumentasi
- Lampiran 5: Biodata Penulis
- Lampiran 6: Kartu Kendali Bimbingan