

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Definisi Operasional.....	8
G. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Strategi Pemasaran	11
B. Bauran Pemasaran	13
C. Omzet Penjualan	23
D. Penelitian Terdahulu	24
E. Kerangka Konseptual.....	28

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Kehadiran Peneliti	30
D. Data dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	33
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	36
H. Tahap-tahap Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	41
A. Paparan Data	41
B. Temuan Penelitian.....	44
C. Analisis Hasil Temuan	64
BAB V PEMBAHASAN	73
A. Strategi Marketing Mix UD Sumber Agung	73
B. Hasil Penerapan Strategi Marketing Mix UD Sumber Agung	94
BAB VI PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87