

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Cover.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Pengesahan Penguji.....</b>	<b>iv</b>
<b>Motto.....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xvii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan .....	11
D. Batasan Masalah .....	11

E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>16</b>
1. Kedai Kopi .....	16
2. Definisi Strategi dan Pemasaran .....	17
3. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran .....	23
4. Konsep Pemasaran .....	27
5. Analisa <i>Marketing Mix</i> .....	30
6. Segmentasi Pasar .....	37
7. Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar .....	39
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>40</b>
<b>C. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>44</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>45</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
<b>A. Jenis Penelitian dan Pendekatan .....</b>	<b>45</b>
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Pendekatan .....	47
<b>B. Lokasi Penelitian .....</b>	<b>48</b>

<b>C. Kehadiran Peneliti .....</b>	<b>49</b>
<b>D. Data dan Sumber Data .....</b>	<b>49</b>
1. Data Sekunder.....	50
2. Data Primer .....	50
<b>E. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>50</b>
1. Teknik Observasi Partisipan .....	50
2. Teknik Wawancara .....	51
3. Dokumentasi .....	53
<b>F. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>54</b>
<b>G. Pengecekan dan Keabsahan Temuan.....</b>	<b>55</b>
<b>H. Tahap-tahap Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>A. Deskripsi Data .....</b>	<b>61</b>
<b>1 Analisis Deskripsi Data .....</b>	<b>61</b>
a) Profil Kedai Kopi Onderan Kalidawir.....	61
b) Sejarah Kedai Kopi Onderan Kalidawir.....	62
c) Struktur Organisasi Kedai Kopi Onderan Kalidawir.....	64
d) Logo Kedai Kopi Onderan Kalidawir .....	66
e) Karyawan dan Pelanggan di Kedai Kopi Onderan Kalidawir .....	67
f) Profil Informan .....	68
<b>Temuan Penelitian.....</b>	<b>72</b>
a) Strategi Pemasaran Kedai Kopi Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Studi Kasus Onderan Kalidawir Kabupaten .....	72

b) Kendala dan Solusi dari Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir dalam Meningkatkan Omset Penjualan .....	89
1) Kendala dari Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir .....	89
2) Solusi dari Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir .....	93
<b>BAB V .....</b>	<b>139</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>139</b>
A. Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi dalam Meningkatkan Omset Penjualan Onderan Kalidawir .....	139
B. Pembahasan tentang Kendala dan Solusi dari Strategi Pesaran pada Kedai Kopi Onderan Kalidawir dalam Meningkatkan Omset Penjualannya .....	148
<b>BAB VI.....</b>	<b>152</b>
A. Kesimpulan.....	152
B. Saran .....	154
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>156</b>