

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	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.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8

F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Pengertian Strategi	11
2. Bauran Pemasaran	13
3. Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats)	32
4. Volume Penjualan	39
5. Kajian Terdahulu.....	41
6. Kerangka Konseptual	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian	48
C. Kehadiran Peneliti	49
D. Data dan Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	53
G. Pengecekan Keabsahan Data	57
H. Tahapan Penelitian.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	62
A. Gambaran Objek Penelitian	62
B. Hasil Temuan Penelitian.....	66
C. Rekomendasi Strategi pada Usaha Jejak Alam Ecoprint.....	95
BAB V PEMBAHASAN	97
A. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Jejak Alam Ecoprint.	97
B. Usaha Jejak Alam Ecoprint Dilihat dari Komponen Analisis Strength Weakness Opportunities Threats (SWOT)	109
C. Rekomendasi Strategi Pemasaran pada Usaha Jejak Alam Ecoprint	119
BAB VI PENUTUP	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	128