

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 Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	16
B. Strategi Pemasaran	17
C. Bauran Pemasaran	20
D. Volume Penjualan.....	27
E. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemasaran	28
F. Penelitian Terdahulu	29

G. Kerangka Konseptual	32
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian	35
C. Kehadiran Peneliti	35
D. Data dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Tahap – Tahap Penelitian	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Profil Objek Penelitian	43
B. Paparan Data	48
BAB V : PEMBAHASAN	
A Penerapan Strategi Pemasaran Produk (<i>Product</i>) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar	64
B Penerapan Strategi Pemasaran Harga (<i>Price</i>) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar	70
C Penerapan Strategi Pemasaran Distribusi Atau Tempat (<i>Place</i>) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar	76
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	