

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
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 Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penegasan Istilah.....	9
F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	11
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Strategi Pemasaran	14
B. Strategi Pemasaran untuk Produk yang Belum Dikenal Secara Luas.....	23
C. Penelitian Terdahulu	30
D. Kerangka Berfikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	37

C. Kehadiran Peneliti	37
D. Data dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	45
H. Tahap-Tahap Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
A. Paparan Data	48
B. Temuan Penelitian.....	77
BAB V PEMBAHASAN	79
A. Strategi Pemasaran Sabun Cuci Tangan Tanpa Merek Di Ihsan Jaya <i>Chemical</i> Desa Banaran Kota Kediri (Studi Kasus pada Masa Covid-19)	79
B. Kendala yang Dihadapi Sabun Cuci Tangan Tanpa Merek Di Ihsan Jaya <i>Chemical</i> Desa Banaran Kota Kediri (Studi Kasus pada Masa Covid- 19)	93
C. Cara Mengatasi Kendala yang Dihadapi Sabun Cuci Tangan Tanpa Merek Di Ihsan Jaya <i>Chemical</i> Desa Banaran Kota Kediri (Studi Kasus pada Masa Covid-19)	95
BAB VI PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	