

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak.....	xvii
<i>Abstract</i>.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran.....	15
1. Definisi Manajemen	15
2. Pemasaran	16
3. Manajemen Pemasaran.....	18
B. Konsep Penentuan Harga	19
1. Pentingnya Harga bagi Pemasar.....	19
2. Tujuan Penentuan Harga	21
3. Metode Penetapan Harga	23
C. Konsep Strategi Promosi.....	25
1. Promosi	25
2. Strategi Promosi	27
3. Fungsi Promosi.....	28
4. Tujuan Promosi	28
D. Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Berpikir Penelitian.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	42
C. Sumber Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data	46
F. Pengecekan Keabsahan Data	48
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN

- A. Profil dan Gambaran Umum CV Muara Alam Indah,
Desa Gamping Kecamatan Campurdarat 51
- B. Paparan Data Penelitian..... 54
- C. Temuan Penelitian 64

BAB V PEMBAHASAN

- A. Strategi Penentuan Harga Industri Kerajinan Marmer dan
Onix di CV Muara Alam Indah Desa Gamping 69
- B. Strategi Promosi yang Dilakukan pada Industri Kerajinan
Marmer dan Onix di CV Muara Alam Indah.....74

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan.....80
- B. Saran 82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN