

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan	11

BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pengertian Strategi	13
B. Pengertian Pemasaran	14
C. Strategi Pemasaran	17
D. Bauran Pemasaran	19
E. Strategi Produk.....	20
F. Strategi Penentuan Harga.....	29
G. Strategi Lokasi	37
H. Strategi Promosi.....	42
I. Volume Penjualan	47
J. Penelitian Terdahulu.....	50
K. Kerangka Pemikiran.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Lokasi Penelitian.....	64
C. Kehadiran Peneliti.....	65
D. Sumber data.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
F. Teknik Analisis Data.....	69
G. Pengecekan keabsahan temuan	71
H. Tahap-tahap Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	74
A. Profil Objek Penelitian.....	74
B. Temuan Penelitian.....	82

C. Analisis Data	101
BAB V PEMBAHASAN	109
A. Strategi Produk Oliv Geprek Ekspres Tulungagung.	109
B. Strategi Penetapan Harga Oliv Geprek Ekspres Tulungagung.....	114
C. Strategi Lokasi Oliv Geprek Ekspres Tulungagung.....	120
D. Strategi Promosi Oliv Geprek Ekspres Tulungagung.....	122
BAB VI PENUTUP	127
A. Kesimpulan	127
B. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN- LAMPIRAN	137