

## 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
Abstact.....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
A. Konteks Penelitian.....	16
B. Fokus Penelitian .....	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Batasan Masalah.....	20
E. Manfaat Penelitian.....	21
F. Penegasan Istilah .....	22
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	25
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>27</b>
A. Landasan Teoritis .....	27
1. Manajemen Pemasaran .....	27
2. Strategi Pemasaran.....	28
3. Pemasaran Digital .....	37
4. Pemasaran Konvensional.....	42
5. Penjualan.....	42
B. Penelitian Terdahulu .....	44
C. Kerangka Berpikir .....	50
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian .....	53
C. Kehadiran Peneliti .....	54

D. Data dan Sumber Data.....	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	57
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	58
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	61
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
A. Paparan Data .....	62
B. Temuan Penelitian.....	65
C. Analisis Data .....	90
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>98</b>
A. Strategi Pemasaran <i>Digital</i> .....	98
B. Strategi Pemasaran Konvensional.....	1022
C. Faktor Penghambat Penerapan Strategi Pemasaran .....	1099
<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	116
Daftar Pustaka .....	118
Lampiran-Lampiran .....	121