

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LATAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Identifikasi Batasan Masalah	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pemasaran	9
2.2.2 Toko	10
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	11
2.2.4 Strategi Bauran Pemasaran 7P	12

2.2 Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Alur Penelitian	23
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.5 Sumber Data.....	27
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8 Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	35
4.1 Profil Toko Omah <i>Sprayer</i> Group	35
4.2 Struktur Organisasi	38
4.3 Data Informan	39
4.4 Temuan Penelitian.....	40
4.4.1 <i>Product</i> (Produk).....	41
4.4.2 <i>Price</i> (Harga).....	42
4.4.3 <i>Place</i> (Tempat).....	46
4.4.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	50
4.4.5 <i>People</i> (Orang atau SDM).....	54
4.4.6 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	56
4.4.7 <i>Process</i> (Proses).....	63
BAB V PEMBAHASAN	68
5.1 Strategi Pemasaran Pada Toko Omah <i>Sprayer</i> Group.....	68
5.1.1 <i>Product</i> (Produk).....	68
5.1.2 <i>Price</i> (Harga).....	69
5.1.3 <i>Place</i> (Tempat).....	71
5.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	74

5.1.5	<i>People</i> (Orang atau SDM).....	77
5.1.6	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	79
5.1.7	<i>Process</i> (Proses).....	84
5.2	Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Omah <i>Sprayer</i> Group Berdasarkan Strategi Bauran Pemasaran 7P	87
5.2.1	<i>Product</i> (Produk).....	87
5.2.2	<i>Price</i> (Harga).....	89
5.2.3	<i>Place</i> (Tempat).....	91
5.2.4	<i>Promotion</i> (Promosi).....	94
5.2.5	<i>People</i> (Orang atau SDM).....	95
5.2.6	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	97
5.2.7	<i>Process</i> (Proses).....	99
BAB VI PENUTUP		102
6.1	Kesimpulan	102
6.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		111