

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan	11

BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Teori	14
B. Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Kehadiran Peneliti.....	51
D. Data dan Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	58
H. Tahapan Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Paparan Data	61
B. Temuan Penelitian.....	98
BAB V PEMBAHASAN	110
A. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Venya Digital Print	110
1. <i>Product</i> (produk).....	110
2. <i>Price</i> (harga).....	111
3. <i>Place</i> (tempat)	111
4. <i>Promotion</i> (promosi)	112
5. <i>People</i> (orang)	112
6. <i>Process</i> (proses)	113
7. <i>Physical evidence</i> (bukti fisik).....	114
B. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran yang Tepat pada Venya Digital Print.....	115
1. <i>Strength</i> (Kekuatan).....	115

2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	117
3. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	118
4. <i>Threat</i> (Ancaman).....	119
5. Matriks IFAS dan EFAS	120
6. Diagram SWOT	121
7. Matriks SWOT	122
BAB VI PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN-LAMPIRAN	133