

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	xiv
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Ruang Lingkup	10
F. Manfaat Penelitian	11

G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	14
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Implementasi Pemasaran	16
B. Bauran Pemasaran	24
C. Penjualan.....	34
D. Penelitian Terdahulu	42
E. Kerangka Pemikiran	48
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian	50
C. Kehadiran Peneliti	50
D. Data dan Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	55
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	56
H. Tahap-Tahap Peneliti.....	59
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	61
B. Pemaparan Data	64
C. Temuan Penelitian	74
BAB V : PEMBAHASAN	

A. Pembahasan Tentang Strategi Produk (<i>product</i>) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan.....	76
B. Pembahasan Tentang Strategi Harga (<i>price</i>) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan.....	78
C. Pembahasan Tentang Strategi Tempat (<i>Place</i>) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan.....	80
D. Pembahasan Tentang Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan.....	81

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN