

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
PENGESAHAN PENGUJI	v
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penegasan Istilah	11
F. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Pemasaran	14
B. Strategi Pemasaran	16
C. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	18
1. Product (Produk)	20
2. Price (Harga)	21

3. Promotion (Promosi)	24
4. Place (Tempat)	26
5. People (Orang)	27
6. Process (Proses)	29
7. Physical Evidence (Bukti Fisik)	29
D. Volume Penjualan	31
1. Penjualan	31
2. Volume penjualan	32
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian	46
D. Data dan Sumber Data	47
1. Data	47
E. Teknik pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data.....	51
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
H. Tahap-Tahap Penelitian	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
B. Paparan dan Temuan Data	61
1. Penerapan Marketing Mix 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Elektronik	61

2. Faktor-Faktor Pendukung Dan Menghambat Penerapan Marketing Mix	
7P Tersebut	79
3. Faktor Marketing Mix Yang Dominan Terhadap Kinerja Pemasaran	
Toko	80
BAB V PEMBAHASAN	84
1. Penerapan Marketing Mix 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	
Elektronik	84
2. Faktor-Faktor Pendukung Dan Menghambat Penerapan Marketing	
Mix 7P	101
3. Faktor Marketing Mix Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran	
Toko	107
BAB VI PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN –LAMPIRAN.....	118