

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	<i>xvi</i>
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika penulisan.....	12
BAB II	14
LANDASAN TEORI.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Pemasaran	14
2. Strategi Pemasaran	19
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
4. Analisis SWOT	34
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Novelty.....	48
1. Adaptasi Strategi Pemasaran untuk Usaha Mikro dalam Lingkungan E-commerce.....	49
2. Strategi Produksi dan Pengelolaan Stok di Bisnis Sablon Custom.	49
3. Inovasi dalam Promosi pada Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness.....	49
4. Pendekatan Holistik terhadap Efektivitas Promosi untuk Menjaga	

Margin Keuntungan.....	50
5. Pengembangan Manajemen Ekspektasi Pelanggan untuk Produk Custom.....	50
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Kehadiran Peneliti.....	54
D. Sumber Data.....	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Metode Analisis Data.....	60
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	61
H. Tahap-Tahap Penelitian	62
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN	65
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	65
1. Latar Belakang Berdirinya HMTN Industries.....	65
2. Lokasi Penelitian.....	66
3. Visi dan Misi	68
4. Tujuan Usaha HMTN Industries.....	69
5. Struktur Organisasi	70
B. Temuan Penelitian.....	71
1. Strategi Pemasaran yang dilakukan Oleh Usaha Sablon HMTN Industries.	71
2. Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di HMTN Industries	85
3. Analisis SWOT HMTN Industries.....	91
4. Data Penjualan Sebelum dan Setelah Implementasi Strategi Pemasaran .	98
C. Analisis Data.....	107
1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh HMTN Industries	107
2. Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen.....	108
3. Analisis SWOT HMTN Industries.....	109
5. Data Penjualan Sebelum dan Setelah Implementasi Strategi Pemasaran	111
BAB V.....	113
PEMBAHASAN	113

A. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh HMTN Industries	113
B. Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen.....	120
BAB VI.....	126
PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Implikasi.....	127
C. Keterbatasan Penelitian.....	128
D. SARAN	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN – LAMPIRAN	134
KARTU KENDALI BIMBINGAN	136