

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Grafik	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
E. Penegasan Istilah.....	17
F. Sistematika Penulisan Skripsi	19

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran.....	21
1. Pengertian Strategi	21
2. Pengertian Pemasaran	22
3. Pengertian Strategi Pemasaran	24

4. Komponen Strategi Pemasaran Segmentasi, Targeting, Positioning	26
5. Bauran Pemasaran.....	32
6. Solusi Mengatasi Permasalahan Dalam Strategi Pemasaran	37
B. Media Sosial	39
1. Pengertian Media Sosial	39
2. Manfaat, Peran dan Fungsi Media Sosial	40
3. Kelebihan Media Sosial	43
4. Kelemahan atau Kendala Yang Terjadi dalam Bisnis Online ..	43
C. Facebook.....	45
D. Omzet Penjualan	47
1. Pengertian Omzet Penjualan.....	47
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	48
E. Penelitian Terdahulu	50

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	57
B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Kehadiran Peneliti.....	59
D. Sumber Data	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	61
F. Teknik Analisis Data	63
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	65
H. Tahap-Tahap Penelitian	67

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek	69
1. Lokasi Penelitian	69
2. Kondisi Fisik.....	69
3. Sejarah UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek	69
4. Visi dan Misi.....	71
5. Struktur Organisasi	73

6. Produk UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek	74
7. Akun dan Konten UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek di facebook.....	76
B. Temuan Penelitian	77
1. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek	77
2. Kendala-Kendala Yang Selama Ini Dialami Oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam melakukan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook	91
a. Kendala Internal.....	91
b. Kendala Eksternal	93
3. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek Dalam Mengatasi Kendala Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	98
a. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam Mengatasi Kendala Internal.....	99
b. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam Mengatasi Kendala Eksternal	101
C. Analisis Data	109

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek.....	115
B. Kendala-Kendala Yang Selama Ini Dialami Oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam melakukan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook	125
1. Kendala Internal	125
2. Kendala Eksternal	127

C. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek Dalam Mengatasi Kendala Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan	131
1. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam Mengatasi Kendala Internal	131
2. Solusi UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam Mengatasi Kendala Eksternal	133

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	138
B. Saran	139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN