

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	12

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	
1. Strategi Pemasaran.....	15
2. Bauran Pemasaran.....	25
3. Penjualan.....	46
4. Volume Penjualan.....	48
B. Penelitian Terdahulu	52

BAB III: PROSEDUR PENELITIAN

A. Metode Penelitian	55
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Kehadiran Peneliti.....	56
D. Sumber Data.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	60
G. Pengecekan Keabsahan Data	62
H. Tahap-Tahap Penelitian	64

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	
1. Sejarah berdirinya Zhafira shop.....	65
2. Letak geografis Zhafira shop	67
3. Tujuan didirikannya Zhafira shop	68
4. Struktur organisasi Zhafira shop.....	68
B. Temuan Hasil Penelitian	
1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Zhafira Shop.....	69

2. Kendala Bauran Pemasaran yang Dialami Oleh Zhafira Shop dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	81
3. Solusi yang Dilakukan oleh Zhafira Shop untuk Menghadapi Kendala dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	82
C. Analisis Data	85

BAB V: PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran (4p) dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Zhafira Shop.....	89
B. Kendala Bauran Pemasaran (4p) yang Dialami Oleh Zhafira Shop dalam Meningkatkan Volume Penjualan	97
C. Solusi yang Dilakukan oleh Zhafira Shop untuk Menghadapi Kendala Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	99

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	102
B. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA