

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	7
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
2. Bentuk-bentuk Strategi Pemasaran	9
a. Strategi pasar.....	9
b. Strategi produk.....	10
c. Strategi harga	11
d. Strategi tempat	12
e. Strategi saluran distribusi.....	12
f. Strategi promosi	13
3. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	14
a. Segmentasi	14

b. Targeting.....	15
c. Positioning	15
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
1. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
2. Strategi <i>Marketing Mix</i>	18
a. Strategi Produk.....	18
b. Strategi Harga	20
c. Strategi Penyaluran/Distribusi	25
d. Strategi promosi	31
C. Penelitian Terdahulu	36
D. Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Pendekatan Penelitian	40
C. Lokasi Penelitian.....	40
D. Subyek Penelitian.....	40
E. Sumber Data	41
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Uji Keabsahan Data.....	43
H. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Obyek Penelitian	46
a. Ardy Jaya Bakery Tlogowungu Pati	46
b. Hafanis Bakery Tlogowungu Pati.....	47
c. Anna Bakery Tlogowungu Pati	49
2. Data Penelitian	50
a. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang Dilakukan Bakery di Daerah Tlogowungu Pati	50

b. Faktor yang Menghambat Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang Dilakukan Bakery di Daerah Tlogowungu Pati.....	54
B. Pembahasan	56
1. Analisis tentang Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang Dilakukan Bakery di Daerah Tlogowungu Pati	56
a. Strategi pasar.....	58
b. Strategi produk.....	58
c. Strategi saluran distribusi.....	59
d. Strategi promosi	59
2. Analisis tentang Faktor yang Menghambat Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang Dilakukan Bakery di Daerah Tlogowungu Pati	63
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	71
B. Saran-Saran	71
C. Keterbatasan Penelitian	71
D. Penutup	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENELITIAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Pelanggan	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengembangan Produk.....	11
Gambar 2.2	Langkah-Langkah Strategi Pemasaran	14
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir Penelitian	39

