

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Judul	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Batasan Masalah Penelitian	7
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Kajian Teori	9
1. Strategi Pemasaran	9
a. Pengertian Strategi	9
b. Tipe – Tipe Strategi	10
c. Aspek- aspek Strategi	10
d. Jenis - Jenis Strategi	11
2. Pengertian Strategi Pemasaran	12
3. Tujuan Strategi Pemasaran	13
4. Unsur-unsur Strategi Pemasaran	13
5. Macam-macam Strategi Pemasaran	14
6. Jenis-jenis Strategi	17
7. Tingkatan Strategi	18
8. Komponen-Komponen Strategi	19
9. Marketing MIX	23
10. Minat Beli Konsumen	33
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Berfikir	44

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	46
B. Setting Penelitian	47
C. Subjek Penelitian	48
D. Sumber Data	49
E. Teknik Pengumpulan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian	56
1. Deskripsi Data Penelitian tentang Bagaimana Pelaksanaan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	56
2. Deskripsi Data Penelitian tentang Hambatan-Hambatan Apa Saja Yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	58
3. Deskripsi Data Penelitian tentang Langkah apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada proses pelaksanaan penerapan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	59
B. Analisis Data Penelitian	60
1. Analisis Data Penelitian tentang Bagaimana Pelaksanaan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	60
2. Analisis Data Penelitian tentang Hambatan-Hambatan Apa Saja Yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	61
3. Analisis Data Penelitian tentang Langkah apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada proses pelaksanaan penerapan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus.....	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran-saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN–LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	43
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 45

