

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori Terkait Judul.....	8
1. Definisi pemasaran	8
2. Definisi Strategi.....	10
3. Pengertian Strategi Pemasaran	10
4. Strategi Pemasaran	11
5. Daya Saing.....	17
6. Volume Penjualan	20
7. Teknik Analisis Strategi	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	27
B. Setting Penelitian	27
C. Subyek Penelitian	28
D. Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Pengujian Keabsahan Data	30
G. Teknik Analisis Data	33

BAB IV : PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	35
1. Gambaran Umum Desa Bategede Nalumsari Jepara	35
2. Jenis-jenis Pengrajin Rebana Di Desa Bategede.....	36
3. Proses Pembuatan Rebana Di Desa Bategede.....	38
B. Deskripsi Data Penelitian	39
1. Strategi Pemasaran Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk	39
2. Langkah Inovatif Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk	50
3. Kendala Dan Solusi Yang Dilakukan Oleh Pengrajin Rebana Di Desa Bategede	65
C. Pembahasan Data Penelitian.....	70
1. Strategi Pemasaran Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk	70
2. Langkah Inovatif Pengrajin Rebana Di Desa Bategede Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing Produk	85
3. Kendala Dan Solusi Yang Dilakukan Oleh Pengrajin Rebana Di Desa Bategede.....	100

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**