

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Nota Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak.	ix
Daftar Isi.	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran	13
2. Bentuk Strategi Pemasaran	15
3. Bauran Strategi Pemasaran	15
4. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran	21
5. Manfaat Strategi Pemasaran	22
B. Volume Penjualan	23
1. Pengertian Penjualan	23

C. Tinjauan Tentang Labelisasi Halal (Labeling)	25
1. Pengertian Label	25
2. Pengertian Halal	26
D. Penelitian Terdahulu	28
E. Kerangka Berfikir	31

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Sumber Data.....	33
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Subjek Penelitian.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Uji Keabsahan Data.....	37
G. Analisis Data	37

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
1. Profil singkat dan Sejarah Berdirinya Perusahaan Krupuk Bawang SUS	39
2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan Krupuk Bawang SUS	40
3. Letak Geografis Perusahaan Krupuk Bawang SUS.....	40
4. Produk-Produk Perusahaan Krupuk Bawang SUS	41
5. Struktur Organisasi	41
B. Deskripsi Data Penelitian.....	45
1. Data Tentang Strategi Pemasaran oleh Perusahaan Krupuk Bawang SUS	45
2. Data Tentang Strategi Pemasaran Perusahaan Krupuk Bawang SUS dalam Meningkatkan Volume Penjualan	51
3. Data Tentang Kendala-Kendala dalam Strategi Pemasaran Perusahaan Krupuk Bawang SUS dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	52

C. Pembahasan dan Analisis.....	53
1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran yang diterapkan Oleh Perusahaan Krupuk Bawang SUS	53
2. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Perusahaan Krupuk Bawang SUS dalam Meningkatkan Volume Penjualan	62
3. Analisis Tentang Kendala dalam Strategi Pemasaran Perusahaan Krupuk Bawang SUS dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	67

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian.....	70
C. Saran	70
D. Penutup	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2014.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2015 ...	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Tahun 2016	6
Tabel 4.1 Daftar Harga Krupuk Bawang SUS ...	47
Tabel 4.2 Data Penjualan Perusahaan SUS Tahun 2014.....	48
Tabel 4.3 Data Penjualan Perusahaan SUS Tahun 2015.....	48
Tabel 4.4 Data Penjualan Perusahaan SUS Tahun 2016....	49
Tabel 4.5 Data Rata-rata Penjualan	49
Tabel 4.6 Data Penjualan Tahun 2014	63
Tabel 4.7 Data Penjualan Tahun 2015	64
Tabel 4.8 Data Penjualan Tahun 2016	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Langkah-langkah Strategi Pemasaran	21
Gambar 2.2	: Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Perusahaan Kerupuk Bawang SUS	42

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Data Penjualan Tahun 2014	64
Grafik 4.2 Data Penjualan Tahun 2015	65
Grafik 4.3 Data Penjualan Tahun 2016	66
Grafik 4.4 Data Rata-rata Penjualan Tahun 2014-2016	67