

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat	6
E. Definisi Istilah	7
F. Kajian Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Manajemen Pemasaran	12
B. Strategi Pemasaran	15
C. Segmentasi Pasar	17
D. Targeting (Pasar Sasaran)	25
E. Positioning	27
F. Analisis SWOT	28
G. Mebel	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Kehadiran Peneliti	34
C. Lokasi Penelitian	35

D. Sumber Data.....	36
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	37
F. Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Data	44
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	47
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Paparan Data	49
B. Temuan Penelitian.....	67
C. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR RUJUKAN	83
LAMPIRAN	85