

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian..... | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Definisi Istilah..... | 11 |
| F. Kajian Penelitian Terdahulu | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| A. <i>Marketing Mix</i> | 17 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 33 |
| B. Kehadiran Peneliti..... | 34 |
| C. Lokasi Penelitian..... | 34 |
| D. Sumber Data | 35 |

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| E. Prosedur Pengumpulan Data..... | 36 |
| F. Analisis Data | 38 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data..... | 40 |
| BAB IV PEMBAHASAN | |
| A. Paparan Data..... | 42 |
| B. Temuan Penelitian | 53 |
| C. Pembahasan | 60 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 71 |
| B. Saran | 72 |
| DAFTAR RUJUKAN..... | 73 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 78 |