

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II – LANDASAN TEORI	9
2.1 Pemasaran Produk SR12 Berdasarkan Teori	9
2.2 Strategi Pemasaran Distributor SR12 menggunakan Marketing Mix	10
2.2.1 <i>Product</i> (Produk) produk yang Bestseller	12
2.2.2 <i>Price</i> (Harga) Produk yang dijual Distributor SR12	15
2.2.3 <i>Saluran Promotion</i> (Promosi) yang terkini	19
2.2.4 <i>Place</i> (Tempat) di belakang Alfamart Dakota	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22

2.4	Kerangka Pemikiran	25
BAB III – METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Dan Penelitian	26
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.3	Kehadiran Penelitian	28
3.4	Jenis dan Sumber Data	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Metode Analisis Data	32
3.7	Tahap-Tahap Penelitian	34
3.8	Teknik Validitas Penelitian	34
BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Tentang SR12	36
4.2	Karakteristik Informan	38
4.3	Pengumpulan Data	38
4.4	Pengolahan Data dan Analisis Data	39
4.4.1	Transkrip Data	39
4.4.2	Membuat Koding	39
4.5	Penerapan Marketing Mix	40
4.5.1	<i>Product</i> (Produk) Terbaik dari Distributor	41
4.5.2	<i>Price</i> (Harga) Distributor SR12	47
4.5.3	<i>Promotion</i> (Promosi) yang Terkini	51
4.5.4	<i>Place</i> (Tempat) di belakang Alfamart Dacota	56
BAB V – PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		66