DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iix**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **ixi**
DAFTAR ISI ..... **ixii**
DAFTAR TABEL ..... **xix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.2 Latar Belakang Penelitian 6
1.3 Pertanyaan Penelitian 10
1.4 Tujuan Penelitian 11
1.5 Manfaat Penelitian 11
1.6 Sistematika Penulisan 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu 13
2.1.1 *Marketing* (Pemasaran) 13
2.1.2 Bauran Pemasaran 14
2.1.3 Koperasi 15
2.1.4 Prinsip Koperasi 16
2.1.5 Ciri-Ciri Koperasi 16
2.1.6 Penelitian Terdahulu 16
2.1.7 Jurnal 21
2.2 Kerangka Pemikiran 32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 34
3.1 Metode Dan Jenis Penelitian 34
3.2 Operasional Variabel 35

3.3 Tahapan Penelitian 345
3.4 Populasi dan Sampel 36
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data..... 37
3.5.1 Wawancara 37
3.5.2 Observasi..... 38
3.5.3 Dokumentasi 39
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas..... 40
3.7 Teknik Analisis Data.....40
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian 42
3.8.1 Lokasi Penelitian 42
3.8.2 Jadwal penelitian..... 42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....43
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 43
4.2 Visi dan Misi Koperasi Baitul Qiradh Baburrayyan 43
4.3 Hasil Penelitian di Koperasi Baitul Qiradh Baburrayyan 44
4.3.1 Karakteristik Informan..... 45
4.3.2 Strategi Produk dalam komunikasi pemasaran Kopi di KBq Baburrayan 45
4.3.3 Strategi Price (Harga) dalam komunikasi pemasaran Kopi di KBq Baburrayan 47
4.3.4 Strategi Promotion (Promosi) dalam komunikasi pemasaran Kopi di KB q Baburrayan..... 52
4.3. Strategi Place (Distributor) dalam komunikasi pemasaran Kopi di KBq Baburrayan..... 53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 55
5.1 Kesimpulan.....55
5.2 Saran.....56
5.2.1 Saran Akademis .....**Error! Bookmark not defined.**56
5.2.2 Saran Praktis .....**Error! Bookmark not defined.**56
DAFTAR PUSTAKA 57