

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Fokus Penelitian .....	8
1.4 Identifikasi Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	11
2.1.1 Pengertian Bisnis.....	11
2.1.2 Pengertian Strategi .....	12
2.1.3 Konsep Strategi .....	12
2.1.4 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.5 Konsep Pemasaran .....	13
2.1.6 Ruang Lingkup Pemasaran.....	14
2.1.7 Pengertian Strategi Pemasaran .....	15
2.1.8 Ruang Lingkup Strategi Pemasaran .....	17
2.1.9 Analisis SWOT.....	18

2.2	Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	22
2.2.1	Matriks Internal Eksternal .....	25
2.3	Penelitian Terdahulu .....	28
2.4	Kerangka Pemikiran.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Pradigma Penelitian.....	43
3.2	Subjek dan Objek Penelitian .....	44
3.2.1	Subjek Penelitian.....	44
3.2.2	Objek Penelitian .....	44
3.3	Lokasi Penelitian.....	44
3.4	Unit Analisis Data .....	45
3.5	Informan.....	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Karakteristik Informan .....	54
4.1.1	Informan Kunci .....	54
4.1.2	Informan Pendukung.....	54
4.2	Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Hasil Wawancara Terkait Faktor Internal dan Eksternal Pada Toko UD. MajunJaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Di Era Pandemi COVID-19 .....	55
4.2.2	Hasil Wawancara Terkait Strategi Pemasaran ada Toko UD. MajunJaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Di Era Pandemi COVID-19.....	69
4.2.3	Matriks QSPM .....	71
4.2.4	Analisis SWOT Pada Toko UD. Maju Jaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Di Era Pandemi COVID-19... ..	74
4.3	Pembahasan.....	75
4.3.1	Faktor Internal dan Eksternal Pada Toko UD. MajunJaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Di Era Pandemi COVID-19.....	75
4.3.2	Strategi Pemasaran ada Toko UD. MajunJaya Perkasa Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang Di Era Pandemi COVID-19 .....	79

4.3.3	Matriks SWOT .....	80
4.3.4	Strategi pemasaran .....	81
4.3.5	Marketing mix .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran.....	84
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	84
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>