

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Harga Toko Klontong di Kabupaten Situbondo" Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akademik pada program studi yang penulis tempuh.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan.
2. K.H. Zuhri Zaini selaku Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid yang telah memberi kesempatan untuk belajar di Pondok Pesantren Nurul Jadid.
3. Dr. K.H. Najiburrahman, M.A. Selaku Rektor Universitas Nurul Jadid yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian.
4. Orang tua atas doa, motivasi, dan dukungan tiada henti.
5. Dosen pembimbing, atas arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Rekan-rekan mahasiswa, atas dukungan moral dan semangat yang selalu diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari sempurna.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu,

penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Probolinggo, 12 Januari 2025



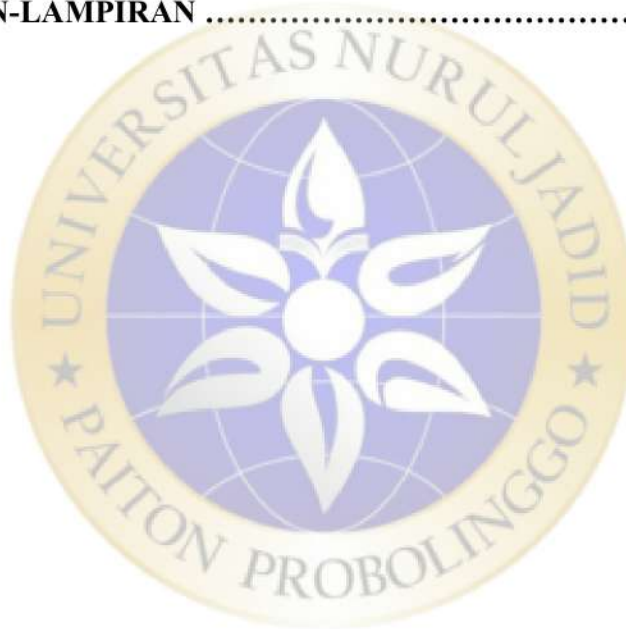
Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
FORM PENGESAHAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Strategi Pemasaran	8
1. Strategi	8
a. Pengertian Strategi	8
b. Manfaat Strategi	10
2. Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Tujuan Pemasaran	13
3. Strategi Pemasaran	14
a. Pengertian Strategi Pemasaran	14
4. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran	17
a. Tujuan Strategi Pemasaran	17
b. Manfaat Strategi Pemasaran	18

B. Harga	19
1. Pengertian Harga	19
2. Tujuan Penetapan Harga	24
3. Metode Penetapan Harga	25
4. Indikator Harga	26
C. Strategi Pemasaran Pada Persaingan Harga Produk	27
D. Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Kehadiran Peneliti	32
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Analisis Data	36
G. Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	39
A. Paparan Data Dan Temuan Penelitian	
1. Sejarah Singkat	39
2. Profil dan Partisip	39
B. Hasil Penelitian	39
1. Strategi Pemasaran Toko Klontong Dalam Menghadapi Persaingan Harga	39
2. Kendala Yang Dihadapi Toko Klontong Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran	40
3. Strategi Yang Dapat Digunakan Agar Toko Klontong Tetap Bersaing dan Diminati Pelanggan	42
C. Pembahasan	43
1. Strategi Pemasaran Toko Klontong Dalam Menghadapi Persaingan Harga	43

2. Kendala Yang Dihadapi Toko Klontong Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran	44
3. Strategi Yang Dapat Digunakan Agar Toko Klontong Tetap Bersaing dan Diminati Pelanggan	45
BAB V PENTUTUP	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	56



DAFTAR TABEL

Tabel Penelitian Terdahulu	29
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	56
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	57
Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi	58
Lampiran 4 Hasil Check Plagiasi	59
Lampiran 5 Dokumentasi	60
Lampiran 6 Riwayat Hidup	62

