

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dari Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	5
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian dan Tugas Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Pemasaran.....	9
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	11

2.2.3 Jenis-jenis Strategi Pemasaran.....	13
2.2.4 Segmentasi Pasar	16
2.3 Bauran Pemasaran	16
2.3.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	17
2.4 Penjualan.....	19
2.4.1 Pengertian Penjualan	19
2.4.2 Jenis-jenis Penjualan	20
2.4.3 Penjualan Langsung (<i>Personal Selling</i>)	22
2.4.4 Penjualan Elektronik (<i>E-Commerse</i>).....	22
2.4.5 Volume Penjualan	23
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	24
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	24
3.1.2 Visi dan Misi Toko Fentry Chocolate	24
3.1.3 Struktur Organisasi.....	25
3.1.4 Kegiatan Toko Fentry Chocolate.....	31
3.2 Pembahasan	31
3.2.1 Strategi Pemasaran Toko Fentry Chocolate	31
3.2.2 Tinjauan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Fentry Chocolate.....	32
3.2.3 Hambatan yang Terjadi pada Toko Fentry Chocolate dalam Menerapkan Strategi Pemasaran	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
4.1 Kesimpulan	37

4.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Fentry Chocolate	3
Tabel 3.1 Tabel Volume Penjualan Tahun 2018.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kartu Nama	32
Gambar 3.2 Contoh Produk	32

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Grafik Volume Penjualan	34
--	----