

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.....	6
1.3 Maksud dari Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Metode Penelitian	8
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	13
2.2.3 Jenis-jenis Strategi Pemasaran.....	13
2.2.4 Fungsi Strategi Pemasaran.....	16
2.2.5 Segmentasi Pasar	
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 Tujuan Penjualan.....	26
2.4.3 Jenis-jenis Penjualan.....	28
2.4.4 Penjualan Langsung (<i>Personal Selling</i>)	30
2.4.5 Penjualan Elektronik (<i>E-Commerse</i>).....	31
2.4.6 Volume Penjualan	34

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
3.1.1 Sejarah Perusahaan	37
3.1.2 Struktur Organisasi	39
3.1.3 Visi dan Misi Toko Manah <i>Project</i>	40
3.1.4 Kegiatan Toko Manah <i>Project</i>	41
3.2 Pembahasan	42
3.2.1 Strategi Pemasaran Toko Manah <i>Project</i> Bandung.....	42
3.2.2 Tinjauan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan TokoManah Project.....	44
3.2.3 Hambatan yang Terjadi pada Toko Manah <i>Project</i> dalam Menerapkan Strategi Pemasaran	47
3.2.4 Upaya dalam mengatasi Hambatan Penerapan Strategi Pemasaran Toko Manah Project.....	48
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
4.1 Kesimpulan	50
4.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan Toko Manah <i>Project</i>	5
Tabel 1.2 Tabel Kegiatan Penelitian	10
Tabel 3.1 Tabel Volume Penjualan Tahun 2017 - 2018	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Gambar Struktur Organisasi.....	39
--------------------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Grafik Volume Penjualan	3
Grafik 3.1 Grafik Volume Penjualan	46