

DAFTAR ISI

Sampul Luar	i
Sampul Dalam	ii
Pesetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Dafar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat dan Kegunaan	8
F. Definisi Istilah	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengelompokan Strategi	13
3. Fungsi Strategi	14
B. Promosi	15
1. Pengertian Promosi	15
2. Klasifikasi Promosi	17
3. Indikator Promosi	20

C. Volume Penjualan	21
1. Pengertian Volume Penjualan	21
2. Indikator Volume Penjualan	22
3. Cara Meningkatkan Volume Penjualan	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	26
C. Kehadiran Penelitian	27
D. Data Dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	30
G. Pengecekan Keabsahan Tulisan	32
H. Tahap-Tahap Penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum	40
B. Paparan Data	43
C. Temuan Penelitian	57
BAB V PEMBAHASAN	
A. Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan	67
B. Kendala Strategi Promosi	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	