

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Grafik	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Pembatasan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Definisi Istilah	12
G. Sistem Penulisan Skripsi	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	
1. Definisi Manajemen Pemasaran	16
2. Definisi Strategi Pemasaran	18

3. Bauran Pemasaran	19
B. Pengembangan Produk	
1. Pengertian Produk	22
2. Klasifikasi Produk	23
3. Siklus Hidup Produk	27
4. Pengembangan Produk	29
5. Strategi Pengembangan Produk	31
6. Pengertian Produk Baru	33
7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Produk Baru	35
8. Kegagalan dan Keberhasilan Produk Baru	37
C. Volume Penjualan	
1. Pengertian Penjualan	41
2. Volume Penjualan	43
D. Penelitian Terdahulu	46
E. Kerangka Berfikir	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	55
B. Lokasi Penelitian	56
C. Kehadiran Peneliti	57
D. Data dan Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Analisis Data	59
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	60
H. Tahapan-Tahapan Penelitian	62

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
1. Sejarah Berdirinya PT. Gemilang Logam.....	64

2. Lokasi Penelitian.....	66
3. Visi, Misi dan Tujuan.....	67
4. Struktur Organisasi	68
5. Produk PT. Gemilang Logam	71
B. Temuan Penelitian	
1. Strategi Pengembangan Produk Alat Dapur yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk Meningkatkan Volume Penjualan	72
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. Gemilang Logam dalam Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	87
3. Solusi yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk menghadapi kendala dalam Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	91
C. Analisis Data	
1. Strategi Pengembangan Produk Alat Dapur yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk Meningkatkan Volume Penjualan	94
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. Gemilang Logam dalam Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan	95
3. Solusi yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk menghadapi kendala dalam Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	95

BAB V PEMBAHASAN

- A. Strategi Pengembangan Produk Alat Dapur yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk Meningkatkan Volume Penjualan 96
- B. Kendala yang dihadapi oleh PT. Gemilang Logam dalam

Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan	101
C. Solusi yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk menghadapi kendala dalam Proses Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan	103
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Perusahaan yang Memproduksi Alat Dapur	5
Tabel 1.2 : Data Penjualan (Dalam Bentuk Barang) PT. Gemilang Logam 2018-2020	6
Tabel 2.1 : Kerangka berfikir	53
Tabel 4.1 : Struktur Organisasi PT.Gemilang Logam.....	68
Tabel 4.2 : Pengembangan Produk dari Tahun ke Tahun	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 : Penjualan (dalam bentuk barang) PT. Gemilang Logam tahun 2018-2020.....	7
Grafik 4.1 : Penjualan (dalam bentuk barang) PT. Gemilang Logam tahun 2018-2020.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : PT. Gemilang Logam	65
Gambar 4.2 : Produk PT. Gemilang Logam	72
Gambar 4.3 : Wawancara dengan Pihak Asosiasi	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Daftar Narasumber
- Lampiran 3 : Lembar Wawancara
- Lampiran 4 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 6 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup

