

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6

E. Penegasan Istilah.....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran .....	11
1. Pengertian Strategi.....	11
2. Pengertian Pemasaran.....	12
3. Pengertian Strategi Pemasaran .....	14
4. Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i> .....	15
a. Produk ( <i>Product</i> ) .....	15
b. Harga ( <i>Price</i> ) .....	18
c. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	20
d. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	22
B. Penjualan.....	23
1. Pengertian Penjualan.....	23
2. Jenis-Jenis Penjualan.....	24
3. Tujuan Penjualan.....	26
4. Faktor-Faktor Penjualan.....	26
5. Tahap-Tahap Penjualan.....	29
C. Covid-19.....	31
D. Penelitian Terdahulu .....	33
E. Kerangka Berpikir Penelitian.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
1. Pendekatan Penelitian.....	41
2. Jenis Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Kehadiran Peneliti.....	44
D. Sumber Data.....	45
1. Data Primer.....	45
2. Data Sekunder.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Wawancara .....	46
2. Observasi .....	46
3. Dokumentasi.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	48
1. Reduksi Data.....	49
2. Penyajian Data.....	49
3. Penarikan Kesimpulan.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	51
1. Uji Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ).....	51
2. Uji Transferabilitas ( <i>Transferability</i> ) .....	53
3. Uji Dependabilitas ( <i>Dependability</i> ).....	53
4. Uji Konfirmabilitas ( <i>Konfirmability</i> ).....	53
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	53

1. Tahap Pra Lapangan .....	53
2. Tahap Pekerjaan Lapangan.....	54
3. Tahap Analisis Data.....	54
4. Tahap Pelaporan .....	54

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data .....	55
B. Temuan Penelitian.....	100

#### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran CV. Fatimah dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 .....	110
B. Kendala yang dihadapi oleh CV. Fatimah dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pndemi Covid-19.....	130
C. Solusi yang dilakukan oleh CV. Fatimah dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 .....	137

#### **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	144
B. Saran.....	147

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>148</b>
-----------------------------	------------

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**