

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Latar.....	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 Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi
Abstract .....	xvii
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B. FOKUS PENELITIAN .....	10
C. TUJUAN PENELITIAN.....	10
D. BATASAN MASALAH.....	10
E. MANFAAT PENELITIAN .....	11
F. PENEGASAN ISTILAH .....	12
G. SISTEMATIKA PENULISAN.....	15

<b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. MANAGEMEN PEMASARAN.....	17
1. Pengertian Strategi .....	17
2. PengertianPemasaran .....	18
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
4. Konsep Strategi Pemasaran.....	20
B. BAURAN PEMASARAN ( <i>MARKETING MIX</i> ).....	21
1. Harga ( <i>Prices</i> ).....	23
2. Proses ( <i>Procces</i> ).....	24
3. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	25
4. Orang ( <i>People</i> ).....	26
C. VOLUME PENJUALAN.....	26
1. Pengertian Volume Penjualan .....	26
2. Indikator Peningkatan Volume Penjualan.....	27
3. Faktor-Faktor YangMempengaruhi Volume Penjualan.....	29
D. PENELITIAN TERDAHULU .....	30
E. KERANGKA KONSEPTUAL .....	36
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian .....	41

C. Kehadiran Penelitian.....	42
D. Data Dan Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
F. Teknik Analisis Data .....	48
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	50
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	56
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. PAPARAN DATA .....	58
1. Sejarah PT Tri Mulya Onix.....	58
2. Lokasi Penelitian.....	59
3. Visi, Misi, Target, Motto PT Tri Mulya Onix.....	60
4. Struktur Organisasi.....	61
B. TEMUAN PENELITIAN.....	62
<b>BAB V : PEBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
A. Peran <i>marketing mix</i> sebagai upaya untuk mengatasi kendala pada PT Tri Mulya Onix pada saat pandemi .....	82
B. Kendala yang terjadi pada PT Tri Mulya Onix dalam meningkatkan volume penjualan pada saat pandemi .....	89
C. Dampak pandemi terhadap pemasaran PT Tri Mulya Onix pada saat pandemi.....	92

<b>BAB VI: KESIMPULAN1 .....</b>	<b>94</b>
A. KESIMPULAN.....	94
B. SARAN .....	95

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**