

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULSIAN	v
KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Penegasan Istilah	11
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Teori Tentang Strategi Pemasaran.....	15
B. Teori Tentang Volume Penjualan	31
C. Teori Tentang Covid-19	36
D. Penelitian Terdahulu.....	38
E. Kerangka Berfikir	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Kehadiran Peneliti	43
D. Data dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Analisis Data.....	47
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	48
H. Tahap-Tahap Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
A. Deskripsi Objek Penelitian	52
B. Paparan Data Penelitian	53
C. Temuan Penelitian	71
BAB V PEMBAHASAN.....	83
A. Pembahasan tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Mebel HM Mebel dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19.....	83
B. Pembahasan tentang Faktor Pendukung dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh HM Mebel.....	89
C. Pembahasan tentang Faktor Penghambat yang Dialami oleh HM Mebel dalam Melaksanakan Strategi Pemasaran	92
BAB VI PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104