DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR i

HALAMAN SAMPUL DALAM ii

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRAK xiv

ABSTRACT xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 7

C. Tujuan Penelitian 7

E. Manfaat Penelitian 8

F. Penegasan Istilah 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran 12

B. Strategi Pemasaran 18

C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)..... 25

D. Volume Penjualan 87

E. Kajian Penelitian Terdahulu 41

F. Kerangka Berfikir 46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 48

B. Lokasi Penelitian 49

C. Kehadiran Peneliti 49

D. Data dan Sumber Data 50

E. Teknik Pengumpulan Data 50

F. Teknik Analisis Data 52

G. Pengecekan Pengabsahan Data..... 53

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian 56

1. Sejarah Berdirinya UD Rimba Sentosa 56

2. Lokasi UD Rimba Sentosa 57

3. Visi dan Misi UD Rimba Sentosa 58

4. Struktur Organisasi UD Rimba Sentosa..... 58

B. Temuan Data Penelitian 60

1. Perencanaan (*Planning*) 61

2. Pelaksanaan (*Acting*) 64

3. Pengendalian (*Contolling*)..... 79

BAB V PEMBAHASAN

A. Perencanaan Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan..... 81

B. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan..... 84

C. Pengendalian Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan..... 94

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan..... 96

B. Saran..... 97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Hasil Wawancara
2. Dokumentasi
3. Daftar Riwayat Hidup