

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	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 .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
<i>Abstract</i> .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Maalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Batasan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Penulisan.....	16

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	18
1. Definisi Pemasaran.....	18
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan	19
3. Peran Pasar dan Pemasaran .....	22
4. Konsep Pemasaran .....	26
B. Strategi Promosi .....	29

1. Definisi Promosi .....	29
2. Fungsi dan Tujuan Promosi .....	30
3. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	32
a. Definisi Bauran Promosi.....	32
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	33
c. Variabel-variabel Bauran Promosi.....	36
C. Volume Penjualan .....	46
1. Definisi Volume Penjualan .....	46
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan .....	47
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	49
D. Penelitian Terdahulu .....	51

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian .....	57
C. Kehadiran Peneliti .....	58
D. Data dan Sumber Data.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data .....	60
F. Teknik Analisis Data.....	62
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	63
H. Tahap-tahap Penelitian.....	64

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

A. Gambaran Umum PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT).....	66
1. Sejarah PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT).....	65
2. Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi.....	70
3. Lokasi Perusahaan.....	70
4. Struktur Organisasi .....	71
5. Macam-macam Warna Produk Industri Marmer .....	72
6. Proses Produksi Marmer .....	73

B. Penerapan Strategi <i>Promotion Mix</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Industri Marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung .....	74
C. Kendal yang Dihadapi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam Menerapkan <i>Promotion Mix</i> .....	88
1. Kendala Internal .....	88
2. Kendala Eksternal.....	92
D. Upaya yang Dilakukan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam Mengatasi Permasalahan <i>Promotion Mix</i> .....	95
1. Upaya PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam mengatasi Kendala Internal .....	96
2. Upaya PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam mengatasi Kendala Eksternal .....	99
E. Analisis Data.....	103

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Penerapan Strategi <i>Promotion Mix</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Industri Marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung .....	107
B. Kendala dalam Menerapkan Strategi <i>Promotion Mix</i> guna Meningkatkan Volume Penjualan Industri Marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung .....	113
C. Upaya dalam Mengatasi Kendala Strategi <i>Promotion Mix</i> guna Meningkatkan Volume Penjualan Industri Marmer pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung .....	117

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	122

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**