

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	11
2.1.1.1 Definisi Ilmu Manajemen	11
2.1.1.2 Definisi Manajemen.....	11
2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen	12
2.1.1.4 Unsur-unsur Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2.1 Definisi Pemasaran	14

2.1.2.2	Konsep Pemasaran.....	14
2.1.2.3	Komponen Pemasaran	16
2.1.2.4	Definisi Manajemen Pemasaran	18
2.1.3	Variabel yang Diteliti	18
2.1.3.1	Strategi Pemasaran.....	18
2.1.3.1.1	Definisi Strategi Pemasaran.....	18
2.1.3.1.2	Elemen-elemen Strategi Pemasaran .	19
2.1.3.1.3	Indikator Strategi pemasaran	20
2.1.3.1.4	Faktor-faktor Strategi Pemasaran	20
2.1.3.2	Volumen Penjualan.....	21
2.1.3.2.1	Definisi Volume Penjualan.....	21
2.1.3.2.2	Faktor-faktor Volume Penjualan	22
2.1.3.2.3	Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	23
2.1.3.2.4	Indikator Volume Penjualan.....	23
2.1.3.2.4	Kaitan Antara Strategi Pemasaran Dengan Volume Penjualan.....	24
2.1.4	Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
2.2	Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	32
3.2	Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	32
3.2.1	Definisi Variabel	33
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.3	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	35

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan CV. Anugerah Pratama Abadi.....	63
4.2 Pembahasan.....	64
4.2.1 Strategi Pemasaran Yang Dilaksanakan Oleh Perusahaan CV. Anugerah Pratama Abadi.....	64
4.2.2 Besar Perkembangan Volume Penjualan Pada Perusahaan CV. Anuegrah Pratama Abadi.....	67
4.2.3 Peranan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan CV. Anugerah Pratama Abadi	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volumen Penjualan CV. Anugerah Pratama Abadi.....	3
Tabel 1.2 Strategi Pemasaran CV. Anugerah Pratama Abadi	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Waktu Dan Kegiatan Penelitian.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Pemasaran.....	17
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	31

