

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak Indonesia.....	xvi
Abstrak Inggris.....	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Masalah	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Penjualan.....	13
1. Pengertian Penjualan	13
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan	13
B. Pengertian pemasaran	24
C. Strategi Pemasaran.....	26

D. Konsep Strategi Pemasaran	30
1. Pemilihan Pasar	31
2. Produk	31
3. Harga	33
4. Distribusi	34
5. Promosi	36
E. Tujuan Pemasaran	39
F. Penelitian Terdahulu	40

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	43
1. Pendekatan Penelitian	43
2. Jenis Penelitian	44
B. Kehadiran Penelitian	44
C. Lokasi Penelitian	45
D. Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	52
H. Tahap-tahap Penelitian	53

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	55
1. Sejarah	55
2. Visi dan Misi PT. Probosonta Madiun	57
3. Struktur Organisasi	58
B. Temuan Penelitian	59
1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Dealer Mitsubishi PT. Probosonta Madiun	59
2. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Dealer Mitsubishi PT. Probosonta Madiun dalam Meningkatkan Penjualan	60

3. Kendala Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan	62
4. Solusi Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam Menghadapi Kendala Pemasaran	63

BAB V : PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Dealer Mitsubishi PT. Probosonta Madiun	75
2. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Dealer Mitsubishi PT. Probosonta Madiun dalam Meningkatkan Penjualan	77
3. Kendala Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan	78
4. Solusi Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam Menghadapi Kendala Pemasaran	80

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN