**DAFTAR ISI**

Hal,

HALAMAN COVER i

LEMBAR PENGERSAHAN ii

PENGAKUAN DAN PERNYATAAN iii

PENGHARGAAN/MOTO DAN DEDIKASI iv

ABSTRAK BAHASA INDONESIA v

ABSTRACT BAHASA INGGRIS vi

ABSTRAK BAHASA SUNDA vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

* 1. Latar Belakang Penelitian 1
  2. Perumusan Masalah Penelitian 6
  3. Tujuan Penelitian 6
  4. Manfaat Penelitian 7
  5. Lokasi dan Lamanya Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR 8

1. Pemasaran 8

2.1.1 Pengertian Pemasaran 8

2.1.2 Strategi Pemasaran 9

2.1.3 Tahapan Strategi Pemasaran 12

2.1.4 Jenis-Jenis Stretegi Pemasaran 14

2.1.5 Tujuan Bauran Pemasasaran 15

2.1.6 Manfaat Penerapan Bauran Pemasaran 16

2.1.7 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 16

2.1.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran 17

1. Penjualan 20

2.2.1 Pengertian Penjualan 20

2.2.2 Tujuan Penjualan 21

2.2.3 Jenis-Jenis Penjualan 23

2.2.4 Tahapan Penjualan 24

2.2.5 Cara-Cara Penjualan 26

2.2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan 29

1. Penelitian Terdahulu 31
2. Kerangka Pemikiran 34

BAB III METODE PENELITIAN 36

1. Metode Penelitian 36

3.1.1 Jenis Penelitian 36

3.1.2 Sumber Data 37

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data 37

3.1.4 Teknik Pengecekan Keabsahan Data 42

3.1.5 Teknik Analisis Data 43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45

1. Gambaran Umum CV Modena Rattan Cirebon 45

4.1.1 Profil CV Modena Rattan Cirebon 47

4.1.2 Visi dan Misi CV Modena Rattan Cirebon 46

4.1.3 Sejarah dan Logo CV Modena Rattan Cirebon 46

4.1.4 Struktur Umum Perusahaan dan Uraian Tugas 48

4.1.5 Tenaga Kerja Pada CV Modena Rattan Cirebon 53

4.1.6 Kegiatan Umum CV Modena Rattan Cirebon 53

4.1.7 Proses Produksi Kayu 58

4.1.8 Proses Produksi Rangka Rotan 59

4.1.9 Proses Produksi Rangka Besi 59

4.1.10 Proses Anyam 60

4.1.11 Proses Dekor 63

4.1.12 Alur Produksi CV Modena Rattan Cirebon 64

1. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pada CV Modena Rattan Cirebon 65
2. Analisis Penerapan Komponen Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV Modena Rattan Cirebon 69
3. Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi CV Modena Rattan Cirebon Dalam Menjalankan Komponen Strategi Pemasaran 75
4. Usaha Yang Dilakukan Oleh CV Modena Rattan Cirebon Dalam Menjalankan Komponen Strategi Pemasaran 77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 79

1. Kesimpulan 79
2. Saran 81

DAFTAR PUSTAKA 82

LAMPIRAN-LAMPIRAN 84