

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN/PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	iv
ABSTRACT (Terjemahan Abstrak Bahasa Inggris).....	v
ABSTRAK (Terjemahan Abstrak Bahasa Sunda)	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Bagi Peneliti.....	7
1.4.2. Bagi CV Modena Rattan Cirebon	7
1.4.3. Bagi Pihak Lain.....	7
1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PERMIKIRAN	
2.1. Strategi Bisnis	9
2.1.1. Pengertian Strategi Bisnis.....	9
2.1.2. Tujuan Strategi Bisnis.....	10
2.1.3. Jenis Strategi Bisnis	11
2.2. Pemasaran	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Tujuan Pemasaran.....	14
2.2.3. Konsep Pemasaran	15
2.2.4. Bauran Pemasaran.....	16

2.3.	Strategi Pemasaran.....	17
2.3.1.	Pengertian Strategi Pemasaran.....	17
2.3.2.	Macam-macam Strategi Pemasaran.....	18
2.4.	Strategi Pengembangan Produk	19
2.4.1.	Pengertian Strategi Pengembangan Produk.....	19
2.4.2.	Proses Pengembangan Produk	21
2.4.3.	Faktor-Faktor Kesuksesan dan Kegagalan dalam Pengembangan Produk.....	23
2.5.	Volume Penjualan.....	24
2.5.1.	Pengertian Volume Penjualan.....	24
2.5.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	25
2.5.3.	Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	27
2.6.	Kaitan Strategi Pengembangan Produk dengan Volume Penjualan.....	28
2.7.	Penelitian Terdahulu	29
2.8.	Kerangka Pemikiran	34
2.9.	Proposisi Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Metode Penelitian	40
3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.2.1.	Data Primer	41
3.2.2.	Data Sekunder.....	42
3.3.	Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum CV Modena Rattan Cirebon.....	45
4.1.1.	Profil CV Modena Rattan Cirebon	45
4.1.2.	Visi dan Misi CV Modena Rattan Cirebon.....	47
4.1.3.	Sejarah Nama dan Logo CV Modena Rattan Cirebon.....	47
4.1.4.	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas CV Modena Rattan Cirebon.....	48
4.1.4.1.	Struktur Organisasi	48
4.1.4.2.	Uraian Tugas	48
4.1.5.	Pengesub atau <i>Supplier</i> CV Modena Rattan Cirebon.....	53
4.2.	Pelaksanaan Pengembangan Produk Rotan Pada CV Modena Rattan Cirebon.....	55
4.3.	Kondisi Volume Penjualan Produk Rotan Pada CV Modena Rattan Cirebon.....	72
4.4.	Strategi Pengembangan Produk Rotan Pada CV Modena Rattan Cirebon.....	74

4.5. Hambatan Yang Dihadapi Dalam Strategi Pengembangan Produk Dan Upaya Yang Dilakukan	87
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA	94
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	96
----------------------	-----------