

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	5
2.1 Covid-19.....	5
2.2 Pemasaran.....	5
2.3 Strategi Pemasaran 7P.....	6
2.3.1 Strategi Produk.....	7
2.3.2 Strategi Harga.....	7

2.3.3 Strategi Distribusi.....	8
2.3.4 Strategi Promosi.....	9
2.3.5 Strategi Sarana Fisik.....	10
2.3.6 Strategi Orang.....	10
2.3.7 Strategi Proses.....	10
2.4 Pengertian Penjualan.....	10
2.5 Analisis SWOT.....	11
2.5.1 Pengertian.....	11
2.5.2 Faktor Internal : Strength (kekuatan).....	11
2.5.3 Faktor Internal : Weakness (kelemahan).....	12
2.5.4 Faktor Eksternal : Opportunities (peluang).....	12
2.5.5 Faktor Eksternal :Threat (ancaman).....	12
2.6 Kerangka Berpikir.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	14
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.3 Sumber Data.....	15
3.3.1 Data Primer.....	15
3.3.2 Data Sekunder.....	15
3.4 Teknik Analisis Data.....	15
3.5 Lokasi Penelitian.....	16
3.6 Objek Penelitian.....	16
3.7 Partisipan dan Subjek.....	17
3.8 Instrumen.....	18
3.9 Alur Perolehan Data.....	19
3.10 Elastisitas Harga.....	19
3.11 Daftar Pertanyaan.....	20
3.11.1 Daftar Pertanyaan 7P Untuk Pemilik.....	20

3.11.2 SWOT.....	29
3.11.3 Daftar Pertanyaan 7P Untuk Stakeholder Lain.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Laporan Penjualan Sebelum dan Sesudah Masa Pandemi Covid 19.....	42
4.3 Analisis SWOT (Internal dan Eksternal).....	47
4.4 Analisis Kualitatif Strategi Marketing 7P.....	50
4.4.1 Strategi Product (Product).....	50
4.4.2 Strategi Harga (Price).....	54
4.4.3 Strategi Distribusi (Place).....	56
4.4.4 Strategi Promosi (Promotion).....	57
4.4.5 Strategi Orang (People).....	60
4.4.6 Strategi Proses (Process).....	62
4.4.7 Strategi Tampilan Fisik (Physical Evidence).....	64
BAB V KESIMPULAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69