

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Fokus Penelitian	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Strategi Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pentingnya Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran	12
2.1.4 Fungsi Strategi Pemasaran	14
2.1.5 Strategi Pemasaran Digital	15
2.2 Media Sosial	17
2.2.1 Pengertian Media Sosial	17
2.2.2 Tujuan Media Sosial.....	18
2.2.3 Dimensi Media Sosial.....	20
2.2.4 Manfaat Media Sosial.....	21
2.2.5 Jenis – jenis Media Sosial.....	23
2.2.6 Indikator Pemanfaatan Media Sosial.....	25
2.3 Volume Penjualan	26
2.3.1 Pengertian Volume Penjualan	26
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	28
2.3.3 Teknik Penjualan.....	29

2.3.4 Indikator Volume Penjualan.....	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
2.5 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
3.2 Variabel Penelitian	40
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	40
3.3.1 Lokasi Penelitian	40
3.3.2 Jadwal Penelitian.....	41
3.4 Sumber Data	41
3.4.1 Data Primer.....	42
3.4.2 Data Sekunder	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Instrumen Penelitian.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1 Sejarah Singkat Ogaena Mart.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.1.4 Aktivitas Kerja Pada Usaha Ogaena Mart.....	50
4.1.5 Karakteristik Informan Penelitian	51
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan volume penjualan pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli	52
3.7.1 Upaya Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli.....	70
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli	80
4.3.2 Upaya Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ogaena Mart Kota Gunungsitoli.....	89
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Ogaena Mart	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Informan Penelitian.....	42
Tabel 4. 1 Jam Kerja di Usaha Ogaena Mart	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Informan Penelitian	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Usaha Ogaena Mart.....	48
Gambar 4. 2 Profil Facebook (kanan) ,Tiktok (tengah) Ogaena Mart, Profil WhatsApp (kiri)	56
Gambar 4. 3 Interaksi Pihak Ogaena Mart Dengan Konsumen	63
Gambar 4. 4 Postingan Ogaena Mart Yang Memanfaatkan Fitur Tag	68