

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI	ii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA	iii
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	iv
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS)	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoretis	13
2.1.1. Strategi Pelatihan	6
2.1.1.1 Pengertian Strategi	13
2.1.1.2 Pengertian Pelatihan	14
2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Pelatihan	15
2.1.1.4 Jenis-Jenis Pelatihan	17
2.1.1.5 Metode Pelatihan	18
2.1.1.6 Faktor Yang Mempengaruhi Pelatihan	21
2.1.1.7 Indikator Pelatihan	23
2.1.2. Pemasaran	29

2.1.2.1	Pengertian Pemasaran.....	29
2.1.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	30
2.1.2.3	Konsep Pemasaran.....	30
2.1.2.4	Strategi Pemasaran.....	30
2.2.	Penelitian Yang Relevan	33
2.3.	Kerangka Konseptual.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2.1.	Tempat Penelitian	35
3.2.2.	Waktu Penelitian	35
3.3.	Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3.1.	Subjek Penelitian	36
3.3.2.	Objek Penelitian.....	37
3.4.	Prosedur dan Rancangan Penelitian.....	38
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6.	Instrumen Pengumpulan Data	43
3.7.	Teknik Analisis Data	46
3.8.	Keabsahan Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	51
4.1.2	Deskripsi Umum Informan Penelitian	52
4.2.	Temuan Penelitian	44
4.2.1	Strategi Pelatihan Pemasaran Bagi Karyawan Dalam Memasarkan Produk Pasca Pandemi Covid-19.....	53
4.2.2	Pelaksanaan Pelatihan Karyawan Terhadap Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pasca Pandemi Covid-19	67

4.2.3	Permasalahan Yang di Hadapi Dalam Proses Pemasaran.....	82
4.3.	Pembahasan Penelitian	87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Simpulan.....	100
5.2.	Saran	101

DAFTAR PUSTAKA	102
----------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	106
-------------------------	-----

