

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	viii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Metodologi Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	LANDASAN TEORI
A. Pengertian Pemasaran.....	14
B. Konsep Pemasaran.....	16
C. Fungsi Pemasaran	18
D. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	21
E. Promosi	26
F. Manfaat Promosi	35

BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	36
	B. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	36
	C. Aktivitas Perusahaan	44
	D. Sistem Penjualan	45
	E. Jenis Produk yang Disalurkan	46
BAB IV	ANALISA PERMASALAHAN	
	A. Periklanan	53
	B. Penjualan Perorangan (Personal Selling).....	55
	C. Publisitas.....	57
	D. Promosi Penjualan.....	58
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	62
	B. Saran	63
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN	