

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Metodologi Penelitian	6
E. Teknik Analisis	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Tentang Pemasaran	9
B. Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran	10
C. Fungsi Pemasaran	12
D. Marketing Mix	14

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	30
B. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	31
C. Proses Produksi	35
D. Lingkungan Pemasaran Perusahaan	37

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Faktor-faktor yang Menyebabkan Penurunan Volume Penjualan	48
B. Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Volume Penjualan	56
C. Usaha-usaha yang Dapat Dilakukan dalam Meningkatkan Volume Penjualan	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Realisasi Produksi dan Penjualan Bihun cap Matahari Palembang Tahun 1997 – 2001 (Dalam Kg)	3
3.1 Perhitungan harga pokok untuk 1 kg bihun pada perusahaan cap Matahari Palembang Tahun 2001	39
3.2 Harga Jual Bihun cap Matahari Palembang Tahun 1997 – 2001 (Dalam bungkus atau 300 gram)	40
3.3 Realisasi Produksi dan Penjualan Bihun cap Ikan Mas Palembang Tahun 1997 – 2001 (Dalam kg)	44
3.4 Realisasi Produksi dan Penjualan Bihun cap Suka Tani Palembang Tahun 1997 – 2001 (Dalam kg)	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Saluran Distribusi Barang Konsumsi	22
2.2 Saluran Distribusi Barang Industri	23
3.1 Struktur Organisasi Perusahaan Bihun cap Matahari Palembang	32
3.2 Proses Produksi Bihun cap Matahari Palembang	36