

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metodeologi Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	12
B. Fungsi-fungsi Pemasaran	14
C. Bauran Pemasaran	18
D. Pengertian Promosi	20
E. Strategi Pemasaran	33

BAB III. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	36
B. Struktur Organisasi	36
C. Produksi	42
D. Kegiatan Perusahaan	47
E. Sistem Penjualan Yang Digunakan	48
F. Daerah Pemasaran	49
G. Promosi	49

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Periklanan	53
B. Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	55
C. Publisitas	58
D. Promosi Penjualan	59

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Volume Penjualan	5
	PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang	
	Tahun 1999 sampai 2001 (dalam ton)	
Tabel 3.1	Jenis Promosi Yang Telah Dilakukan Oleh.....	50
	PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	38
	PT. Misumatama Adi Mulia Cabang Palembang	