

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Metodologi Penelitian	6
1. Jenis Penelitian	6
2. Teknik Sampling	7
3. Subjek dan Objek Penelitian	8
4. Jenis Data	8
5. Metode Pengumpulan Data	8
6. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	9
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran, Konsep Pemasaran dan Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
1. Pengertian Pemasaran	13
2. Konsep Pemasaran	14
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	15

B. Pengertian Produk Baru, Pentingnya Inovasi Produk dan Pengembangan Produk Baru	16
1. Pengertian Produk Baru	16
2. Pentingnya Inovasi Produk	17
3. Pengembangan Produk Baru	19
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	24
B. Struktur Organisasi Perusahaan	29
1. Struktur Organisasi	29
2. Pembagian Tugas	32
C. Aktiviatas Perusahaan Secara Umum	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Responden	38
B. Penyebab Menurunnya Rasio Penjualan Sepeda Motor Yamaha 4 Tak Dibandingkan dengan Sepeda Motor Yamaha 2 tak Berdasarkan Target Penjualan	42
C. Pengaruh Penjualan Sepeda Motor Jenis Moped 2 tak terhadap Sepeda Motor 4 tak	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Motor Yamaha Di Kotamadya Palembang Tahun 1999	2
Tabel 1.2. Data Penjualan Motor Yamaha Di Kotamadya Palembang Tahun 2000	3
Tabel 1.3. Data Penjualan Motor Yamaha Di Kotamadya Palembang Tahun 2001	3
Tabel 1.4. Data Perbandingan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Dari Tahun 1999 s/d 2001	4
Tabel 2.1. Perbedaan Antara Konsep Penjualan dengan Pemasaran	15
Tabel 2.2. Ilustrasi Peranan Produk Baru Mempengaruhi Tipe Produk yang akan Dikembangkan	19
Tabel 3.1. Nama-nama Dealer Resmi Yamaha Berdasarkan Daerah	36
Tabel 4.1. Jumlah Responden yang Menggunakan Sepeda Motor Yamaha Berdasarkan Jenis Motor	38
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4.5. Alasan Konsumen Pertama Kali Memperhatikan dalam Memilih Atau Membeli Sepeda Motor Yamaha	42
Tabel 4.6. Perbandingan Motor Yamaha 2 tak dengan 4 tak Berdasarkan Pengalaman Konsumen	44

Tabel 4.7. Data Perbandingan Realisasi Penjualan terhadap Target Penjualan Sepeda Motor Yamaha Dari Tahun 1999 s/d 2001	47
Tabel 4.8. Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jenis 4 tak Periode 1999 - 2001 Palembang	53
Tabel 4.9. Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jenis 4 tak Periode 2001 - 2004 Palembang	55
Tabel 4.10. Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jenis 4 tak dan Jenis 2 tak Periode 1999 - 2001 Palembang	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi CV. Thamrin Bersaudara Palembang	31
--	----