

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	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.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Metodologi Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	12
B. Fungsi Pemasaran.....	15
C. Konsep Pemasaran.....	17
D. Bauran Pemasaran.....	19
E. Bauran Promosi.....	23

BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	32
B.	Aktivitas Perusahaan.....	33
C.	Daerah Pemasaran Produk.....	41
D.	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	42
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A.	Periklanan.....	52
B.	Personal Selling.....	55
C.	Promosi Penjualan.....	59
D.	Publisitas.....	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan.....	62
B.	Saran-saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Target Penjualan Produk Teh Botol Sugus.....	4
Tabel 1.2	Realisasi Penjualan Pertahun Produk Teh Botol Sugus.....	4
Tabel 1.3	Realisasi Penjualan Pertahun Produk Teh Botol HI-C.....	5
Tabel 1.4	Realisasi Penjualan Pertahun Produk Teh Botol Sosro.....	6
Tabel 3.1	Jumlah Tenaga Kerja PT. Djarum Emas Unggul.....	44
Tabel 4.1	Jumlah dan Persentase Target Yang Tidak Tercapai Dalam Penjualan Teh Botol Sugus.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Djarum Emas Unggul.....	44
--	----