

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metodologi Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	9
B. Pengertian Strategi dan Strategi Pemasaran	11
C. Pengertian Bauran Pemasaran (marketing mix)	12
D. Sikap Dan Perilaku pembeli industrial	22
E. Skala Likert	28
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah singkat perusahaan	31

B. Struktur organisasi perusahaan	32
C. Jenis – jenis produk	36
D. Proses produksi	37
E. Kegiatan Pemasaran	40
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Pentingnya mengetahui sikap konsumen terhadap Produk	46
B. Sikap Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran	47
C. Faktor Utama Yang Menjadi Pertimbangan Utama Bagi Konsumen Dalam Membeli Produk DIVA	64
 BAB V Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	68
 Lampiran 1. Kuesioner	
Lampiran 2. Nama dan alamat konsumen	
DAFTAR PUSTAKA	