

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Metodologi Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	13
B. Pengertian Bauran Pemasaran	15
C. Pengertian Konsep Pemasaran	19
D. Pengertian Promosi.....	20

	E. Tujuan Promosi	22
	F. Bentuk-bentuk Promosi	24
BAB III	KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	37
	B. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	37
	C. Kegiatan Perusahaan	44
	D. Persaingan.....	45
	E. Sistem Penjualan yang Digunakan	46
	F. Daerah Pemasaran	48
BAB IV	ANALISA PERMASALAHAN	
	A. Bentuk Promosi yang Dilakukan CV. Timur Jaya Palembang Untuk Meningkatkan Penjualan	50
	B. Usaha-usaha CV. Timur Jaya Palembang Untuk Mencapai Target Penjualan	55
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	62
	B. Saran	63
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN	
	Pernyataan Keaslian Karya	
	Surat Keterangan Perusahaan	
	Agenda konsultasi Skripsi Mahasiswa STIE MUSI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Promosi yang Telah Dilakukan Oleh CV. Timur Jaya Palembang.....	3
Tabel 1.2	Jenis Keramik Masterina yang Dijual CV. Timur Jaya Palembang.....	4
Tabel 1.3	Target Penjualan Keramik Masterina CV. Timur Jaya Palembang.....	5
Tabel 1.4	Realisasi Penjualan Keramik Masterina CV. Timur Jaya Palembang dari Tahun 1999-2000 (dalam box).....	6
Tabel 1.5	Tercapai atau Tidak Target dan Realisasi Penjualan Keramik Masterina CV. Timur Jaya Palembang.....	7
Tabel 3.1	Daftar Pesaing Produk Keramik.....	41
Tabel 4.1	Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan CV. Timur Jaya Palembang.....	55
Tabel 4.3	Potongan Harga Keramik Masterina CV. Timur Jaya Palembang.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tujuan-tujuan Promosi.....	23
Gambar 2.2	Sruktur Organisasi CV. Timur Jaya.....	35