

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.5. Metodologi Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian strategi dan strategi pemasaran	11
2.2. Pengertian pemasaran dan Bauran pemasaran	
2.2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2.2. Bauran Pemasaran	15
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	30
3.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	
3.2.1. Struktur Organisasi	31

3.2.2. Uraian Tugas	35
3.3. Mesin dan peralatan yang digunakan	37
3.4. Proses produksi	39
3.5. Tenaga kerja	42
3.6. Harga jual kerupuk kemplang PD.Suwandi	43
3.7. Promosi	45
3.8. Daerah pemasaran dan saluran distribusi	45
BAB IV. ANALISIS	
4.1. Strategi Harga	46
4.2. Strategi Saluran Distribusi	55
4.3. Strategi Promosi	58
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67