

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | I |
| HALAMAN PERSETUJUAN | II |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | III |
| KATA PENGANTAR | IV |
| DAFTAR ISI | VI |
| ABSTRAK | VII |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 3 |
| 1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 3 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.3.2. Kegunaan Penelitian | 3 |
| 1.4. Metodologi Penelitian | 4 |
| 1.4.1. Ruang Lingkup Penelitian | 4 |
| 1.4.2. Jenis Data Yang Diperlukan | 5 |
| 1.4.3. Metode Pengumpulan Data | 6 |
| 1.4.4. Metode Analisis Data | 6 |
| 1.5. Tehnik Analisis | 7 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 8 |
| | |
| BAB II. LANDASAN TEORI | |
| 2.1. Pengertian Pemasaran | 10 |
| 2.2. Konsep Pemasaran | 11 |
| 2.3. Fungsi Pemasaran | 13 |
| 2.4. Kegiatan Pemasaran | 15 |
| 2.5. Pengertian Strategi Pemasaran | 16 |
| 2.6. Sasaran Pasar | 18 |

| | |
|--|----|
| 2.7. Bauran Pemasaran | 21 |
| 2.8. Startegi Meningkatkan Penjualan | 47 |
| | |
| BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| 3.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 51 |
| 3.2. Jenis Dan Bidang Usaha | 54 |
| 3.3. Struktur Organisasi | 58 |
| 3.4. Kegiatan Pemasaran | 60 |
| 3.5. Kebijakan Penjualan | 63 |
| | |
| BAB IV. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT. FAJAR CIPTA SARANA | |
| 4.1. Startegi Produk | 71 |
| 4.2. Strategi Harga | 76 |
| 4.3. Strategi Distribusi | 82 |
| 4.4. Strategi Promosi | 87 |
| 4.5. Sasaran Pasar | 91 |
| 4.6. Strategi Produk Pasar | 93 |
| | |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 95 |
| 5.2. Saran – Saran | 97 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 99 |
| | |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | |