

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	5
1.4. Hipotesis	5
1.5. Metodologi Penelitian	6
1.6. Metode Pengumpulan Data	6
1.7. Teknik Analisis	7
1.8. Sistematika Penulisan	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Pemasaran dan Konsep Dasar Pemasaran	
2.1.1. Definisi Pemasaran	9
2.1.2. Konsep Pemasaran	11
2.2. Produk	
2.2.1. Klasifikasi Produk	12

2.2.2. Pengembangan Produk Baru	
2.2.2.1 Pengertian Produk Baru14
2.2.2.2 Pentingnya Inovasi Produk15
2.3. Harga	
2.3.1 Sasaran Penetapan Harga22
2.3.2 Strategi Penetapan Harga22
2.4. Promosi Penjualan	
2.4.1 Tujuan Promosi Penjualan 30
2.4.2 Metode-Metode Promosi Penjualan Konsumen	30
2.5. Distribusi	
2.5.1 Pentingnya Perantara Pemasaran32
2.5.2 Saluran Distribusi33
2.6. Valuta Asing.....	36
BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAN	
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan 38
3.2. Aktivitas Perusahaan 39
3.3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	
3.3.1 Struktur Organisasi 40
3.3.2 Pembagian Tugas 41
3.4. Data Penjualan 47
BAB IV : ANALISIS	
4.1. Alat Analisis	
4.1.1 Analisis Korelasi 51
4.1.2 Analisis Regresi 52
4.2. Produk	
4.2.1 Pentingnya Pengembangan Produk 54

4.2.2 Analisis Korelasi Kuantitas Penjualan Terhadap Penjualan	59
4.2.3 Analisis Regresi Terhadap Omzet Penjualan	60
4.3.Strategi Penetapan Harga	62
4.4.Promosi Penjualan	
4.4.1 Promosi Penjualan Perusahaan	70
4.4.2 Analisis Korelasi Biaya Penjualan Terhadap Penjualan dan Laba Perusahaan	74
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran-saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN I	83
LAMPIRAN II	84

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 1994 s/d 1998	4
Tabel 4.1 Pengaruh Jumlah Permintaan Produk Terhadap Penjualan Tahun 1994 s/d 1998	58
Tabel 4.2 Analisis Korelasi Kuantitas Penjualan Terhadap Penjualan	59
Tabel 4.3 Pengaruh Kurs Terhadap Penjualan Bulan Januari S/d Juni 1998	68
Tabel 4.4 Analisis Korelasi Kurs Terhadap Penjualan	69
Tabel 4.5 Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Penjualan Tahun 1994 s/d 1998	73
Tabel 4.6 Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Laba Tahun 1994 s/d 1998	73
Tabel 4.7 Analisis Korelasi Biaya Promosi Penjualan Terhadap Penjualan	74
Tabel 4.8 Analisis Korelasi Biaya Promosi Penjualan Terhadap Laba	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Volume Penjualan dan Kurva Margin Laba (<i>Prodit Margin</i>)	17
Grafik III.1 Grafik Realisasi Penjualan Dalam Rupiah Tahun 1994 s/d 1998	48
Grafik III.2 Grafik Fluktuasi Permintaan Produk Tahun 1994 s/d 1998	49
Gambar IV.1 Daur Hidup Produk Lama dan Produk Baru	55
Grafik Trendline Terhadap Omzet Penjualan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	83
Lampiran 2	84