

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	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Metode Penelitian	10
E. Teknik Analisis	11
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran / Marketing	13
B. Pengertian Saluran Distribusi	15
C. Tingkat-tingkat Saluran Distribusi	20
D. Menetapkan Tujuan dan Batasan Saluran	22
E. Persyaratan dan Tanggung Jawab Anggota Saluran	24

F. Jenis-jenis Wiraniaga	25
G. Pengertian Promosi	27
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
A. Sejarah Singkat Perusahaan	32
B. Bidang Usaha	33
C. Tenaga Kerja	34
D. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	36
E. Sistem Penjualan	44
F. Imbalan Bagi Tenaga Kerja / Salesman	45
G. Daerah Pemasaran	46
BAB IV	KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. DISTRINDO MULTIJAYA PALEMBANG
A. Kebijakan Saluran Distribusi yang Dilakukan PT. Distrindo Multijaya Palembang	48
B. Peranan Promosi Dalam Menunjang Peningkatan Volume Penjualan	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan	64
B. Saran-saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	