

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. PERUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN.....	8
D. RUANG LINGKUP PEMBAHASAN.....	9
E. METODOLOGI PENELITIAN.....	9
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	10
 BAB II. LANDASAN TEORI	
A. PENGERTIAN PEMASARAN.....	13
B. FUNGSI PEMASARAN.....	17
C. JASA.....	20
D. PENGERTIAN STRATEGI.....	24
E. STRATEGI PEMASARAN.....	29
 BAB III. PEMBAHASAN	
A. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	34
B. STRUKTUR ORGANISASI DAN PEMBAGIAN KERJA.....	36
C. KEGIATAN PEMASARAN.....	42
 BAB IV. ANALISIS DATA	
A. STRATEGI PRODUK.....	49
B. STRATEGI HARGA.....	52
C. STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI.....	55

D. STRATEGI PROMOSI.....	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN.....	62
B. SARAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	ix