

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Persembahan dan Motto	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Abstraksi.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
a. Tujuan Penelitian	
b. Manfaat Penelitian	
D. Metodologi Penelitian	5
1. Lokasi Penelitian	
2. Teknik Pengumpulan Data	
3. Teknik Analisis Data	
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Marketing	9
B. Bauran Pemasaran	10

C. Pengembangan Produk	12
D. Pelaksanaan Pengembangan Produk	17
E. Strategi Pengembangan Produk	23
F. Analisa Pasar	24
1. Konsumen	
2. Pesaing	
3. Saluran Distribusi	
4. Persepsi Konsumen	
G. Analisis SWOT.....	25
 BAB III : KEADAAN UMUM	
A. Sejarah Perusahaan	27
B. Struktur Organisasi Perusahaan dan Pembagian Tugas ...	28
1. Struktur Organisasi	
2. Pembagian Tugas	
C. Segmentasi Pasar.....	30
D. Kebijaksanaan Marketing Mix Perusahaan (harga, produk, promosi)	31
E. Volume Penjualan Tiket Perusahaan	34
F. Pesaingan Antar Perusahaan Yang Sejenis.....	35
 BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisa Pasar.....	39
1. Konsumen	
2. Pesaing	
3. Saluran Distribusi	
4. Persepsi Konsumen	
5. Hambatan-Hambatan Dalam Pengembangan Produk	

B. Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bus Super Executive Pada PO. Muncul.....	59
--	----

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN