DAFTAR ISI

Halaman

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 4

C. Tujuan dan kegunaan Penelitian 6

D. Metodologi Penelitian 7

E. Sistematika Penulisan 8

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Konsep Pemasaran 11

B. Pengertian Pemasaran 14

C. Fungsi Pemasaran 21

D. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)..... 24

E. Pengertian Bauran Promosi (Promotional Mix) 31

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan 41

B. Struktur Organisasi 41

C. Aktivitas Pemasaran 44

D. Obyek Penelitian 48

BAB IV.ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Kebijaksanaan Produk 51

B. Kebijaksanaan Harga 53

C. Kebijaksanaan Saluran Distribusi 54

D. Kebijaksanaan Promosi 57

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 71

B. Saran-Saran..... 72

DAFTAR PUSTAKA 73