

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis sampaikan dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmatNYA penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “TINJAUAN PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI PELUMAS FASTRON PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) TAHUN 2013” dengan lancar.

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini, dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program D3 Manajemen Pemasaran pada Universitas Telkom.

Dalam Penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dorongan dari banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, Teguh dan Novita yang selalu memberikan penulis doa, dukungan, dan selalu menjadi panutan hidup penulis.
2. Bapak Ganjar M Disastra, SH, MM selaku ketua program studi D3 Manajemen Pemasaran dan juga selaku pembimbing penulis yang selalu memberikan arahan pada penulis.
3. Puji Rahayu yang memberikan referensi terhadap penulisan Laporan Tugas Akhir.
4. Eka Indra selaku pembimbing tambahan dalam membuat Laporan Tugas Akhir.
5. Fadly, Asep, Indra, KENZA, dan teman lainnya yang menemani dan memberi semangat untuk membuat Laporan Tugas Akhir ini.
6. Angkatan 2008, 2009 dan 2010 yang banyak memberikan referensi teori.
7. Fitra Ramadhani yang juga memberikan referensi teori terhadap Laporan Tugas Akhir penulis.
8. Muthia Salika yang membantu banyak dalam mengumpulkan data untuk membuat Laporan Tugas Akhir.
9. PT Pertamina (Persero) cabang Jakarta yang telah memberi informasi dalam pengerjaan Laporan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi materi dan penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang diharapkan dapat menjadi perbaikan dimasa yang akan datang.

Bandung, 14 April 2014

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Tata Nilai Pertamina	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Struktur Organisasi	4
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penulisan.....	9
1.5 Kegunaan Observasi	9
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	10
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11

2.1.2	Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3	Promosi	13
2.1.4	Bauran Promosi.....	14
2.2	Pembahasan.....	23
2.2.1	Aktifitas Bauran Promosi di PT Pertamina (Persero) Pada Produk Fastron	23
 BAB III KESIMPULAN DAN SARAN		33
3.1	Kesimpulan	33
3.2	Saran	33
 DAFTAR PUSTAKA.....		34
 LAMPIRAN.....		35