

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSATAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Bauran Promosi	16
2.1.5 Periklanan dalam Bauran Promosi	17
2.1.6 Promosi Penjualan dalam Bauran Promosi	18
2.1.7 Hubungan Masyarakat Dan Publisitas dalam Bauran Promosi	20
2.1.8 Penjualan Personal dalam Bauran Promosi	21
2.1.9 Pemasaran Langsung dalam Bauran Promosi	22
2.1.10 Tujuan Promosi	23
2.2 Kerangka penelitian	24
BAB III METODOLOGI	26
3.1 Jenis Penelitian	26

3.2 Variabel Operasional.....	26
3.3 Tahapan Penelitian	26
3.4 Pengumpulan Data	28
3.4.1 Sumber Data	28
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Bauran promosi yang dilakukan PT. Persib Bandung Bermartabat	32
4.2 Pelaksanaan bauran promosi pada PT. Persib Bandung Bermartabat	32
4.2.1 Periklanan (Advertising) PT. Persib Bandung Bermartabat	32
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) PT. Persib Bandung Bermartabat	37
4.2.3 Hubungan Masyarakat (<i>public relation</i>) PT. Persib Bandung Bermartabat	40
4.2.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) PT. Persib Bandung Bermartabat	42
4.2.5 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) PT. Persib Bandung Bermartabat	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46
5.1.1 Bagi Perusahaan	46
5.2.2 Bagi Universitas	47
DAFTAR PUSTAKA	49
Lampiran	51