

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN DAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	3
1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	3
1.1.5 Produk Perusahaan Yang Ditawarkan.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Peneliti.....	9
1.6 Batasan Penelitian.....	10
1.7 Sistematis Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 Bauran Promosi.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Penelitian.....	17

BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.1.1 Proses Penelitian Kualitatif.....	19
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3 Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Analisis Bauran Promosi.....	25
4.1.1 Periklanan.....	25
4.1.2 Promosi Penjualan.....	27
4.1.3 Penjualan Pribadi.....	29
4.1.4 Pemasaran Langsung.....	31
4.1.5 Hubungan Masyarakat.....	32
4.2 Hasil Analisis SWOT.....	33
4.2.1 Matriks SWOT.....	33
4.2.2 Hasil Matriks SWOT.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	52
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	57