

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Produk Perusahaan.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi	3
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.5 Logo dan Makna Logo.....	4
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4 Strategi Promosi.....	11
2.1.5 <i>Promotion</i> (Promosi).....	13
2.1.6 Penjualan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20

3.1 Pendekatan Penelitian	20
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Variabel Operasional	21
3.4 Tahapan Penelitian	22
3.5 Pengumpulan Data	23
3.5.1 Sumber Data.....	23
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Uji Keabsahan Data yang Diperoleh	25
3.7 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Deskripsi Informan.....	28
4.1.2 Hasil Wawancara.....	28
4.1.3 Hasil Observasi dan Dokumentasi.....	31
4.2 Pembahasan	36
4.2.1 <i>Personal Selling</i>	36
4.2.2 <i>Direct Marketing</i>	38
4.2.3 Kerjasama.....	39
4.2.4 Media Sosial.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	44
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	45
LAMPIRAN	49