

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk/Layanan Perusahaan.....	3
1.2. Latar Belakang.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	7
1.1.5 Kegunaan Teoritis.....	7
1.1.6 Kegunaan Praktis	8
1.6. Batasan Masalah	8
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Akhir.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10

2.1. Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.3 Promosi	11
2.1.4 Bauran Promosi	12
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODOLOGI PEMIKIRAN	19
3.1. Pendekatan Penelitian	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Operasional Variabel.....	20
3.4. Tahapan Penelitian.....	22
3.5. Pengumpulan Data	23
3.5.1. Informan atau Sumber Data Penelitian.....	24
3.5.2. Instrumen Penelitian	24
3.5.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Uji Keabsahan Data	30
3.7. Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1. Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Penerapan Bauran Promosi yang dilakukan oleh Sate Bandeng Rizky. 32	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Saran.....	42
5.2.1. Bagi Perusahaan	42
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN	46