

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk/Layanan	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Batasan Masalah.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Pengertian Promosi	13

2.1.4	Tujuan Promosi	14
2.1.5	Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	16
2.1.6	Strategi Bauran Promosi	18
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Pendekatan Penelitian	24
3.2	Jenis Penelitian.....	24
3.3	Variabel Operasional.....	25
3.4	Tahapan Penelitian	28
3.5	Pengumpulan Data	30
3.5.1.	Informan atau Sumber Data Penelitian	32
3.5.2.	Instrumen Penelitian.....	33
3.5.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Uji Keabsahan Data.....	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Deskripsi Informan.....	47
4.1.2	Hasil Observasi	48
4.2	Pembahasan Penelitian.....	62
4.2.1	Advertising.....	59
4.2.2	Personal Selling.....	61
4.2.3	Promosi Penjualan.....	62
4.2.4	Direct Marketing	64
4.2.5	Publisitas	65

4.3 Hasil Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75