

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
I.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
I.1.2 Logo Perusahaan	2
I.1.3 Purpose, Visi dan Misi Perusahaan	3
I.1.4 Struktur Organisasi	3
I.1.5 Jenis Produk	4
I.2 Latar Belakang	5
I.3 Rumusan Masalah	9
I.4 Tujuan Penelitian	10
I.5 Manfaat Penelitian	10
I.6 Batasan Masalah.....	10
I.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1 Landasan Teori.....	12
II.1.1 Pemasaran	12
II.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
II.1.3 Bauran Pemasaran	13
II.1.4 Promosi	14
II.1.5 Bauran Promosi.....	14
II.1.6 Personifikasi.....	15
II.2 Penelitian Terdahulu	18
II.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
III.1 Pendekatan Penelitian	21
III.2 Jenis Penelitian.....	21
III.3 Operasional Variabel.....	22
III.4 Tahapan Penelitian	25
III.5 Pengumpulan Data	26
III.5.1 Sumber Data Penelitian.....	26
III.5.2 Instrumen Penelitian.....	27
III.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.6 Uji Keabsahan Data.....	28
III.7 Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
IV.1 Hasil Penelitian	31
IV.1.1 Deskripsi Informan.....	31

IV.1.2 Hasil Observasi	31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
V.1 Kesimpulan	52
V.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57