

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Halaman Judul .....</b>	<b>I</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>II</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>III</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Kegunaan Penelitian .....	13
<b>II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	14
B. Bauran Pemasaran .....	15
C. Promosi .....	19
D. Strategi Promosi .....	21
E. Bauran Promosi .....	22
F. Kegiatan Pelaksanaan Promosi .....	24
G. Perencanaan Promosi .....	31
H. Pengalokasian Anggaran Promosi .....	33
I. Peningkatan Volume Penjualan .....	34
J. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	37
K. Kerangka Pemikiran .....	40
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	43
B. Fokus Penelitian .....	44
C. Lokasi Penelitian .....	45
D. Sumber Data .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	48
F. Teknik Analisis Data .....	50
G. Teknik Keabsahan Data .....	52

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Sejarah Singkat Berdirinya PT Mastel Mandiri.....	54
B. Tugas Pokok dan Fungsi PT Mastel Mandiri.....	55
C. Visi dan Misi PT Mastel Mandiri.....	57
D. Nilai-nilai PT Mastel Mandiri.....	58
E. Struktur Organisasi PT Mastel Mandiri.....	59
F. PEMBAHASAN.....	63
1. Pelaksanaan strategi promosi PT Mastel Mandiri yang tepat dalam bersaing.....	63
a. Segmen pasar yang dituju oleh PT Mastel Mandiri.....	64
b. Upaya yang dilakukan PT Mastel Mandiri dalam pemenuhan kebutuhan produk pada konsumen.....	66
c. Kegiatan pelaksanaan promosi dan media yang digunakan PT Mastel Mandiri.....	70
d. Perencanaan promosi yang dilakukan PT Mastel Mandiri .....	85
e. Program-program yang dilakukan PT Mastel Mandiri untuk menarik perhatian dan minat konsumen.....	89
f. Metode yang digunakan PT Mastel Mandiri dalam menentukan besarnya anggaran promosi.....	92
g. Tindakan yang dilakukan PT Mastel Mandiri untuk menghadapi persaingan produk lain.....	95
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**