

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	i
LEMBAR JUDUL.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
SANWACANA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan.....	17
1.4 Kerangka Pemikiran.....	18
1.5 Hipotesis.....	23

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	24
2.2 Peran Pemasaran Dalam Perusahaan.....	26
2.2.1 Arti Pentingnya Pemasaran.....	27
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	28
2.2.3 Fungsi – Fungsi Manajemen Pemasaran.....	28
2.2.4 Konsep Pemasaran.....	29
2.2.5 Strategi Pemasaran.....	30
2.2.6 Pengembangan Strategi Pemasaran.....	31
2.3 Bauran Pemasaran.....	33
2.4 Unsur – Unsur Bauran Pemasaran.....	34
2.4.1 Produk.....	34
2.4.2 Harga.....	38
2.4.3 Promosi.....	41
2.4.4 Saluran Distribusi.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian.....	53
1.2 Metode Penelitian.....	53
3.2.1 Penelitian Pustaka.....	53
3.2.2 Penelitian Lapangan.....	53
3.3.3 Metode Analisis Data.....	54
1.3 Alat Analisis.....	56
3.3.1 Analisis Kualitatif.....	56
3.3.2 Analisis Kuantitatif.....	56

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Perusahaan.....	59
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.3 Kebijakan Pemasaran.....	63
4.2 Uji Asumsi Klasik (Regresi).....	65
4.2.1 Pengujian Asumsi Model Regresi.....	67
4.3 Analisis Kuantitatif.....	71
4.3.1 Pengujian Keberartian Secara Keseluruhan.....	72
4.3.2 Pengujian Koefisien Regresi Parsial Harga Jual Perusahaan (X_1) dan Keelastisitasannya.....	73
4.3.3 Pengujian Koefisien Regresi Parsial Harga Rata –Rata Pesaing (X_2) dan Keelastisitasannya.....	74
4.3.4 Pengujian Koefisien Regresi Parsial Biaya Promosi (X_3) dan Keelastisitasannya.....	76
4.3.5 Pengujian Koefisien Regresi Parsial Biaya Saluran Distribusi (X_4) dan Keelastisitasannya.....	78
4.4 Analisis Kualitatif.....	79
4.4.1 Kebijakan Harga.....	79
4.4.2 Kebijakan Promosi.....	80
4.4.3 Kebijakan Saluran Distribusi.....	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN