

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	I
Daftar Tabel.....	II
Daftar Gambar	III
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	13
II. LANDASAN TEORI	
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
III. METODE PENELITIAN	
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

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
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
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN