

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pemasalahan	8
1.3 Tujuan Penulisan	9
1.4 Manfaat Penulisan	9
II. LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Pengertian Strategi	12
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.3.1 Produk	15
2.3.2 Harga	17
2.3.3 Promosi	20
2.3.4 Saluran Distribusi	20
2.3.5 People	21
2.3.6 Process	22
2.3.7 Physical Evidence	23

III. METODE PENULISAN.....	25
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.1.1 Kunjungan Lapangan (PKL).....	25
3.1.2 Metode Kepustakaan.....	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.2.1 Data Primer	25
3.3.2 Data Sekunder	26
3.3 Alat Analisis.....	26
IV. PEMBAHASAN.....	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
4.1.2 Struktur Organisasi	30
4.2 Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran.....	34
4.2.1 Strategi Produk.....	35
4.2.2 Strategi Harga	35
4.2.3 Strategi Saluran Distribusi	36
4.2.4 Strategi Promosi.....	36
4.3 Pembahasan Kebijakan Pemasaran	39
4.3.1 Analisa SWOT	39
4.3.1.1 Kekuatan (<i>Strength</i>).....	40
4.3.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	40
4.3.1.3 Peluang (<i>Opportunity</i>).....	40
4.3.1.4 Ancaman (<i>Threat</i>)	41
V. KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN