

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10

II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Saluran Pemasaran dan Jaringan Nilai.....	18
2.3.1 Arti dan Pentingnya Saluran.....	18
2.3.2 Perkembangan Saluran.....	19
2.3.3 Saluran Hibrida.....	19
2.3.4 Memahami Kebutuhan Pelanggan.....	20
2.4 Peran Saluran Distribusi.....	20
2.4.1 Fungsi dan Aliran Saluran.....	21
2.4.2 Keuntungan Menggunakan Saluran.....	22
2.4.3 Tingkat Saluran.....	23

2.5 Keputusan Rancangan Saluran.....	24
2.5.1 Menganalisis Tingkat Output Jasa yang Diinginkan Pelanggan....	25
2.5.2 Menentukan Tujuan Saluran.....	25
2.5.3 Mengidentifikasi dan Mengevaluasi Alternatif Saluran Utama.....	26
2.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi.....	28

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Jenis Data.....	34
3.3 Sumber Data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	35
3.5 Alat Analisis yang Digunakan.....	35
3.6 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	36
3.7 Visi dan Misi PT Tunas Dwipa Matra.....	38
3.8 Struktur Organisasi PT Tunas Dwipa Matra.....	38
3.8.1 Deskripsi Jabatan.....	39

IV. PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.2 Saluran Distribusi Spare Part	42
4.3 Tujuan Perusahaan Menggunakan Saluran Distribusi.....	44
4.4 Kebijakan Saluran Distribusi.....	45

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN