

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Arti dan Pentingnya Pemasaran	11
2.2 Strategi Pemasaran	12
2.2.1 Pasar Sasaran	12
2.2.1.1 Segmentasi Pasar	12
2.2.1.2 Menetapkan Pasar Sasaran	13
2.2.1.3 Menetapka Produk	14
2.2.2 Bauran Pemasaran	14
2.2.2.1 Produk	15
2.2.2.2 Harga	16
2.2.2.3 Promosi	17
2.2.2.4 Saluran Distribusi	19
2.2.3 Potongan dan Kelonggaran	20
2.2.4 Tercapainya Biaya Pemasaran	20
2.3 Konsep SWOT	20
III. METODOLOGI PENULISAN	
3.1. Objek Penelitian	22
3.2. Metodologi Pengumpulan Data	22
3.3 . Metode Analisis Data	23

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	24
4.2. Struktur Organisasi	25
4.3. Jumlah Karyawan	30
4.4. Bidang Usaha PT Bintang Kharisma Java Bandar Lampung	32
4.5. Pembahasan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung ..	33
4.5.1. Analisis SWOT	33
4.5.2. Kekuatan (<i>Strength</i>)	33
4.5.3. Kelemahan (<i>Weakness</i>)	34
4.5.4. Peluang (<i>Opportunity</i>)	34
4.5.5. Ancaman (<i>Threat</i>)	35

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	41
5.2. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan
2. Jurnal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan