

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	ii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....	15
A. Studi Kepustakaan.....	15
1. Administrasi.....	16
2. Organisasi.....	16
3. Pengertian Manajemen.....	18
4. Manajemen Pemasaran.....	20
5. Pengertian Pemasaran.....	23
6. Konsep Strategi Pemasaran.....	24
7. Konsep Bauran Pemasaran.....	27
8. Pengertian Harga.....	28
9. Tujuan Penetapan Harga.....	30
10. Faktor–faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga.....	34
11. Metode Penetapan Harga.....	39
12. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya.....	44
13. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba.....	45

14. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan	46
15. Penyesuaian-Penyesuaian Khusus Terhadap Harga.....	48
16. Strategi Leasing.....	54
17. Keputusan Pembeli.....	57
18. Promosi (<i>Promotion</i>)	57
19. Pengertian Promosi Penjualan	59
20. Pengertian Periklanan (<i>advertising</i>)	60
21. Pengertian Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	61
22. Pengertian Publisitas	62
23. Pengertian Pemasaran Langsung	63
24. Distribusi	63
25. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi	64
26. Fungsi Saluran Distribusi	65
27. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	65
B. Kerangka Pikir	66
C. Konsep Operasional	66
D. Operasionalisasi Variabel.....	68
E. Teknik Pengukuran	70
BAB III : METODE PENELITIAN.....	73
A. Tipe Penelitian	73
B. Lokasi Penelitian.....	73
C. Key Informant	73
D. Teknik Penarikan Sampel	74
E. Jenis dan Sumber Data.....	75
F. Teknik Pengumpulan Data.....	76
G. Teknik Analisis Data.....	77
H. Jadwal Kegiatan Penelitian	78
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	79
A. Sejarah Singkat Perusahaan	79
B. Struktur Organisasi.....	81
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	83
D. Visi dan Misi Perusahaan.....	91
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Identitas Responden	92
1. Jenis Kelamin.....	92
2. Tingkat Pendidikan	93

3. Tingkat Pekerjaan	93
B. Strategi Pemasaran Mobil Merek Honda Brio Satya Studi Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin Kota Pekanbaru	94
1. Harga	96
2. Promosi.....	98
3. Distribusi	100
BAB VI : PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	108
DAFTAR KEPUSTAKAAN	109
LAMPIRAN.....	112

