

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....	12
A. Studi Kepustakaan.....	12
1. Konsep Administrasi.....	12
2. Konsep Organisasi.....	13
3. Konsep Manajemen.....	15
4. Konsep Manajemen Pemasaran.....	17
5. Konsep Pemasaran.....	20
6. Konsep Strategi Pemasaran.....	21
7. Konsep Bauran Pemasaran.....	24
8. Konsep Produk.....	25
9. Konsep Harga.....	26
10. Konsep Saluran Distribusi.....	27
11. Konsep Promosi.....	28

12. Tujuan Promosi	29
13. Strategi Pengeluaran Promosi	30
14. Konsep Bauran Promosi	31
15. Konsep Periklanan (<i>advertising</i>).....	32
16. Konsep Penjualan Perseorangan (<i>personal selling</i>).....	35
17. Konsep Promosi Penjualan.....	37
18. Konsep Publisitas	39
19. Strategi Bauran Promosi.....	41
20. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	43
21. Keputusan Pembelian.....	45
B. Kerangka Pikir	46
C. Konsep Operasional	46
D. Operasionalisasi Variabel.....	49
E. Teknik Pengukuran	50
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Tipe Penelitian	54
B. Lokasi Penelitian.....	54
C. Populasi dan Sampel	54
D. Teknik Penarikan Sampel	56
E. Jenis dan Sumber Data	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	58
G. Teknik Analisis Data.....	59
H. Jadwal Kegiatan Penelitian	59
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	61
A. Sejarah Singkat Perusahaan	61
B. Struktur Organisasi.....	62
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	65
D. Visi dan Misi Perusahaan.....	71
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
A. Identitas Responden	72
1. Jenis Kelamin	72
2. Umur Responden.....	73
3. Pendidikan Terakhir	75
B. Analisis Bauran Promosi Mobil Merek Honda Mobilio pada PT. Kerta Jaya Utama-Honda SM Amin	76
1. Periklanan.....	77

2. Promosi Penjualan.....	83
3. Personal Selling.....	88
4. Publisitas	93
C. Hasil Observasi	103

BAB VI PENUTUP 104

A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	106

DAFTAR KEPUSTAKAAN 107

LAMPIRAN..... 110

