

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan | 1 |
| 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 5 |
| 1.2 Latar Belakang | 5 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSATAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran | 12 |
| 2.1.3 Promosi | 13 |
| 2.1.4 Bauran Promosi | 14 |
| 2.1.5 Periklanan dalam Bauran Promosi | 15 |
| 2.1.6 Promosi Penjualan dalam Bauran Promosi | 16 |
| 2.1.7 Hubungan Masyarakat Dan Publisitas dalam Bauran Promosi | 18 |
| 2.1.8 Penjualan Personal dalam Bauran Promosi | 19 |
| 2.1.9 Pemasaran Langsung dalam Bauran Promosi | 20 |
| 2.1.10 Tujuan Promosi | 21 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODOLOGI | 23 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 23 |
| 3.2 Tahapan Penelitian | 23 |
| 3.3 Pengumpulan Data | 25 |
| 3.3.1 Sumber Data | 25 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| 3.4 Teknik Analisis Data | 26 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 29 |
| 4.1 Bauran promosi yang dilakukan UNKL347 | 29 |
| 4.2 Pelaksanaan bauran promosi pada UNKL347 | 29 |
| 4.2.1 Periklanan (Advertising) UNKL347 | 29 |
| 4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) UNKL347 | 33 |
| 4.2.3 Hubungan Masyarakat (<i>public relation</i>) UNKL347 | 36 |
| 4.2.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) UNKL347 | 38 |
| 4.2.5 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) UNKL347 | 41 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 42 |
| 5.1 Kesimpulan | 42 |
| 5.2 Saran | 43 |
| 5.1.1 Bagi Perusahaan | 43 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 44 |
| DAFTAR PUSTAKA | 45 |
| Lampiran | 47 |