

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|------|
| Halaman Persetujuan | i |
| Halaman Pernyataan | ii |
| Abstrak | iii |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Gambar | viii |
| Daftar Tabel | ix |

BAB I PENDAHULUAN

| | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 | Latar Belakang Objek | 6 |
| 1.3 | Perumusan Masalah | 9 |
| 1.4 | Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 | Kegunaan Penelitian | 10 |
| 1.6 | Sistematika Penulisan | 10 |

BAB II TEMPAT KERJA PRAKTEK

| | | |
|-------|---------------------------|----|
| 2.1 | Landasan Teori | 12 |
| 2.2.1 | Manajemen Pemasaran | 12 |
| 2.2.2 | Bauran Pemasaran | 13 |
| 2.2.3 | Bauran Promosi | 14 |
| 2.2.4 | Periklanan | 17 |

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-----|------------------------|----|
| 3.1 | Jenis Penelitian | 24 |
|-----|------------------------|----|

| | | |
|-----|----------------------------|----|
| 3.2 | Variabel Operasional | 24 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 24 |
| 3.4 | Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 27 |
| 3.6 | Batasan Penelitian | 29 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-----|-----------------------------------|----|
| 4.1 | Hasil Penelitian | 30 |
| 4.2 | Pembahasan Hasil Penelitian | 30 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | | |
|-----|------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan | 42 |
| 5.2 | Saran | 42 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN