

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Struktur Organisasi PT Maresto Inovasi Indonesia	3
1.1.5 Produk Maresto	4
1.1.6 Layanan Aplikasi Maresto	5
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	12

2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.2 Pemasaran Jasa.....	14
2.3 Bauran Pemasaran	15
2.3.1 Promosi	16
2.3.2 Bauran Promosi.....	16
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Tahapan Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Informan / Narasumber	32
4.1.2 Hasil Wawancara Penerapan Bauran Pemasaran	32
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	35
4.2.1 Analisis Penerapan Bauran Pemasaran pada PT. Maresto Inovasi Indonesia	35
4.2.2 Tujuan efektifitas strategi bauran pemasaran.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39

5.1 Kesimpulan	39
5.1.1 Analisis Penerapan Bauran Pemasaran	39
5.2 Saran.....	41
5.2.1 Bagi PT. Maresto Inovasi Indonesia	41
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	44