

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.3    Logo dan Makna Logo .....	2
1.1.4    Produk/Layanan .....	2
1.2    Latar Belakang .....	3
1.3    Rumusan Masalah .....	8
1.4    Tujuan Penelitian .....	9
1.5    Manfaat Penelitian .....	9
1.6    Batasan Masalah.....	9
1.7    Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1    Landasan Teori.....	11
2.1.1    Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.3    Pengertian Promosi .....	13

2.1.4	Tujuan Promosi .....	14
2.1.5	Bauran Promosi ( <i>Promotional Mix</i> ).....	16
2.1.6	Strategi Bauran Promosi .....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	24
3.2	Jenis Penelitian.....	24
3.3	Variabel Operasional.....	25
3.4	Tahapan Penelitian .....	28
3.5	Pengumpulan Data .....	30
3.5.1.	Informan atau Sumber Data Penelitian .....	32
3.5.2.	Instrumen Penelitian.....	33
3.5.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Uji Keabsahan Data.....	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	49
4.1.1	Deskripsi Informan.....	47
4.1.2	Hasil Observasi .....	48
4.2	Pembahasan Penelitian.....	62
4.2.1	Advertising.....	59
4.2.2	Personal Selling.....	61
4.2.3	Promosi Penjualan.....	62
4.2.4	Direct Marketing .....	64
4.2.5	Publisitas .....	65

4.3 Hasil Pembahasan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>