

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	4
1.5. Metode Penelitian	5
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen	8
2.1.1. Pengertian Manajemen	8
2.2. Manajemen Pemasaran	8
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.3. Pemasaran	9
2.3.1. Pengertian Pemasaran	9
2.3.2. Bauran Pemasaran	10
2.3.3. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	11
2.4. Promosi	14
2.4.1. Pengertian Promosi	14
2.4.2. Bauran Promosi	15
2.4.3. Tujuan Promosi	17
2.4.4. Langkah Pengembangan Promosi yang Efektif	18
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
3.1. Deskripsi Objek Penelitian	21
3.1.1. Sejarah Perusahaan	21
3.1.2. visi dan Misi PT Abadi Media Mandiri	21
3.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	22

3.1.4. Deskripsi Pekerjaan.....	23
3.2. Pembahasan.....	28
3.2.1. Pelaksanaan Promosi	28
3.2.2. Hambatan Promosi	30
3.2.3. Upaya Menanggulangi Hambatan Promosi	32
BAB III KESIMPULAN	
4.1. Kesimpulan	34
4.2. Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KARTU BIMBINGAN	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Penjualan Tahun 2018	2
Tabel 1.2	Tabel Kegiatan Penelitian	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Gambar Struktur Organisasi..... 23