

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTO HIDUP	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Secara akademis	6
1.4.2 Secara praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	7
1.5.2 Landasan Teoritis	15
1.5.3 Kerangka Konseptual	17
1.6 Langkah – Langkah Penelitian	19
1.6.1 Lokasi Penelitian	19
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	19
1.6.3 Metode Penelitian	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	21
1.6.5 Teknik Penentuan Informan	22
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	23

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data	24
1.6.8 Teknik Analisis Data	25
1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian	27
BAB II	28
KAJIAN PUSTAKA	28
2.1. <i>Marketing</i>	28
2.1.1 Pengertian <i>Marketing</i>	28
2.1.2 Strategi Pemasaran	29
2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	30
2.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	31
2.3.1 Produk (<i>Product</i>)	32
2.3.1.1 Pengertian Produk	32
2.3.1.2 Tingkatan Produk	32
2.3.1.3 Klasifikasi Produk	33
2.3.1.4 Atribut Produk	34
2.3.1.5 Strategi Penempatan Produk	35
2.3.1 Harga (<i>Price</i>)	37
2.3.2.1 Pengertian Harga	37
2.3.2.2 Jenis Penetapan Harga	37
2.3.2.3 Tujuan Penetapan Harga	38
2.3.2 Lokasi (<i>Place</i>)	38
2.3.3.1 Pengertian Lokasi	38
2.3.3.2 Jenis Lokasi	39
2.3.3.3 Desain Toko	40
2.3.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	40
2.3.4.1 Pengertian Promosi	40
2.3.4.2 Sifat Masing-Masing Sarana Promosi	42
2.4 Brand (Merek)	43
2.4.1 Strategi Merek	44
2.4.2 Tujuan Merek	45
BAB III	47

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
3.1 Hasil Penelitian	47
3.1.1 Gambaran Umum Lokasi.....	47
3.1.1.1 Sejarah PT Tama Cokelat indonesia.....	47
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	48
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
3.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab	50
3.1.5 Logo Perusahaan.....	55
3.1.6 Penghargaan.....	55
3.2. Profil Informan.....	56
3.3. Gambaran Hasil Penelitian.....	60
3.3.1 Unsur-Unsur Produk.....	61
3.3.1.1 Pengemasan	61
3.3.1.2 Kualitas	63
3.3.1.3 Klasifikasi	64
3.3.1.4 Segmentasi Pasar	66
3.3.1.5 Merek (<i>Brand</i>).....	67
3.3.2 Unsur-Unsur Harga.....	68
3.3.2.1 Penetapan Harga	69
3.3.2.2 Tempat (<i>Place</i>).....	70
3.3.2.3 Bentuk Promosi.....	73
3.4 Pembahasan.....	78
3.4.1 Unsur-Unsur Produk.....	78
3.4.1.1 Pengemasan	79
3.4.1.2 Kualitas Produk	81
3.4.1.3 Klasifikasi Produk	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.4 Segmentasi Pasar	86
3.4.1.5 Merek (<i>Brand</i>).....	87
3.4.2 Unsur –Unsur Harga.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.1 Penetapan Harga.....	89
3.4.3 Tempat (<i>Place</i>).....	92

3.4.4 Bentuk Promosi	93
3.4.4.1. Penjualan pribadi	93
3.4.4.2 _Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
3.4.4.3 _Iklan	Error! Bookmark not defined.
3.4.4.4. Hubungan Masyarakat	96
BAB IV	99
SIMPULAN DAN SARAN	99
4.1 Simpulan	99
4.2 Saran	Error! Bookmark not defined.00
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.02

