

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	5
II. LANDASAN TEORI.....	6
A. Produksi.....	6
B. Pemasaran.....	7
1. Kegiatan dan Kegunaan Pemasaran.....	7
2. Pasar dan Pangsa Pasar.....	9
3. Saluran dan Efisiensi Pemasaran.....	12

C.	Bauran Pemasaran.....	20
1.	Produk.....	21
2.	Harga.....	22
3.	Tempat.....	23
4.	Promosi.....	24
D.	Menentukan Anggaran dan Bauran Promosi.....	25
1.	Menentukan Anggaran Promosi.....	25
2.	Menentukan Bauran Promosi.....	28
E.	Alih Merek (Brand Switching).....	31
F.	Rantai Markov.....	32
III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A.	Kerangka Pemikiran.....	37
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C.	Pengumpulan Data.....	38
D.	Pengolahan dan Analisis Data.....	40
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A.	Keadaan Umum Obyek Penelitian.....	42
B.	Produksi.....	56
C.	Pangsa Pasar.....	60
D.	Promosi Penjualan.....	68

V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A.	Kesimpulan.....	71
B.	Saran.....	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	73
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74