

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat / Kegunaan Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Bauran Pemasaran	11
B. Tujuan Promosi.....	15
C. Pengertian Bauran Promosi.....	16
D. Periklanan.....	18
E. Proses Perencanaan Periklanan.....	19

	F. <i>Personal Selling</i>	22
	G. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	36
	H. Kerangka Pikir Penelitian.....	37
	I. Hipotesis.....	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
	B. Jenis dan Sumber Data.....	42
	C. Metode Pengumpulan Data.....	42
	D. Metode Pengolahan / Analisis Data.....	43
	E. Definisi Operasional Variabel.....	46
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
	B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
	C. Aktivitas Ekonomi Perusahaan.....	57
	D. Sistem Manajemen Perusahaan.....	58
BAB V	ANALISIS HASIL PENELITIAN	
	A. Kebijakan Promosi Pada PT. Nipsea Paint And Chemicals.....	61
	B. Analisis Pengaruh Antara Biaya Periklanan, Biaya <i>Personal Selling</i> dan Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nipsea Paint And Chemicals.....	68

	C. Analisis Hubungan Antara Biaya Periklanan, Biaya <i>Personal Selling</i> dan Biaya Promosi Penjualan Secara Bersama- sama Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nipsea Paint And Chemicals.....	73
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	75
	B. Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	77
	LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	78