

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	3
C. Perumusan Penelitian.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Kegunaan Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
B. Pengertian Promosi.....	10
C. Kurs Valuta Asing.....	15
D. Penjualan.....	20

	E. Kerangka Pemikiran.....	24
	F. Hipotesis.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
	B. Jenis dan Sumber Data.....	28
	C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
	D. Metode Pengumpulan Data.....	29
	E. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	30
	F. Definisi Operasional Variabel.....	34
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Perusahaan.....	35
	B. Struktur Organisasi.....	37
	C. Aspek-aspek POAC.....	42
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Perkembangan Biaya Promosi, Nilai Kurs, dan Nilai Penjualan PT. Ford Motor Indonesia Cabang Jakarta Selatan.....	44
	B. Pengaruh Biaya Promosi dan Nilai Kurs terhadap Nilai Penjualan PT. Ford Motor Indonesia Cabang Jakarta Selatan.....	52

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 62

B. Saran..... 63

DAFTAR PUSTAKA..... 66

LAMPIRAN – LAMPIRAN..... 67