DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR…..……..…….……..viii

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang 1
1.2. Identifikasi masalah 3
1.3. Maksud dan tujuan 3
1.4. Kegunaan Hasil Observasi 4
1.5. Metodelogi Tugas Akhir 4
1.5.1 Metode Penulisan……..4
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data……....5
1.6. Lokasi dan waktu penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran…….....7
2.2 Konsep Pemasaran 8
2.3 Pengertian Strategi dan Strategi Pemasaran 10
2.3.1 Pengertian Strategi 10
2.3.2 Pengetian Strategi Pemasaran…….……10
2.4 Bauran Pemasaran 11
2.4.1 Produk 12
2.4.2 Harga 17

2.4.3 Distribusi 25
2.4.4 Promosi 29
2.5 Segmenting 32
2.5.1 Manfaat Segmentasi Pasar 33
2.5.2 Syarat Keberhasilan Segmentasi 33
2.6 Target Market 33
2.7 Penentuan Posisi Pasar 35
2.7.1 Strategi Penentuan Pasar 35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Latar belakang perusahaan 37
3.1.1 Objek penelitian 37
3.1.2 Sejarah singkat perusahaan 37
3.2 Struktur organisasi perusahaan 40
3.3 Metode penelitian 48

BAB IV ANALISA

4.1 Pelaksanaan Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Peternakan Bandung Selatan KPBS Pangalengan 51
4.2 Hambatan yang dihadapi Koperasi Peternakan Bandung Selatan KPBS Pangalengan 57
4.3 Solusi dalam mengatasi hambatan pelaksanaan strategi pemasaran pada Koperasi Peternakan Bandung Selatan KPBS 59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 61
5.2 Saran 62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi

4.1 Diagram Alir Mekanisme Pemasaran

Gambar 1

Gambar 2

DAFTAR lAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Permohonan Kerja Praktek Lapangan
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melaksanakan kerja Praktek Lapangan
Lampiran 3	Kartu Bimbingan