

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Laporan Tugas Akhir	2
1.4 Kegunaan Laporan Tugas Akhir	3
1.5 Metode Tugas Akhir	4
1.6 Lokasi Penelitian	4

BAB II BAHAN RUJUKAN

2.1 Program Pemasaran.....	5
2.1.1 Definisi Program Pemasaran.....	5
2.1.2 Jenis-jenis Program Pemasaran.....	5
2.2 Pasar Sasaran.....	9
2.2.1 Definisi Pasar Sasaran.....	9
2.2.2 Langkah-langkah Penetapan Pasar Sasaran	9

BAB III OBJEK DAN METODE TUGAS AKHIR

3.1 Objek Yang Diteliti	13
3.2 Sejarah Berdirinya Perusahaan	13
3.3 Struktur Organisasi	14

3.4 Metode Tugas Akhir	17
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4.2 Teknik Pengolahan Data	17

BAB IV ANALISIS

4.1 Pelaksanaan Program Pemasaran Pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).....	18
4.2 Meningkatkan Pasar Sasaran Pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).....	24
4.3 Upaya Mengatasi Hambatan Dalam Meningkatkan Pasar Sasaran Melalui Pelaksanaan Program Pemasaran Pada PT. Graha Informatika Nusantara (GRATIKA).....	26

BAB V KESIMPILAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	27
5.2 Saran.....	28

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kartu Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2.** Surat Rekomendasi dari PT.GRATIKA
- Lampiran 3.** Deskripsi Fitur TeCC Official
- Lampiran 4.** Features
- Lampiran 5.** Contoh Pemetaan Pengendalian
- Lampiran 6.** TeCC Corporate

