

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Hasil Observasi	6
1.5 Metodologi Observasi	7
1.5.1 Metodologi Yang Digunakan	7
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data	7
1.6 Lokasi dan Waktu Observasi	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Fungsi-Fungsi Pemasaran	11

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.3.2 Elemen-Elemen Bauran Pemasaran	14
2.4 Promosi	16
2.4.1 Pengertian Dan Ruang Lingkup Promosi.....	17
2.4.2 Tujuan Promosi	18
2.4.3 Bauran Promosi.....	18
2.4.3.1 Faktor-Faktor Bauran Promosi.....	19
2.5 Elemen-ElemenPromosi.....	20
2.5.1 Periklanan.....	21
2.5.1.1 Fungsi Periklanan.....	21
2.5.1.2 Tipe dan Sifat Periklanan	23
2.5.2 Pemasaran Langsung.....	23
2.5.3 Promosi Penjualan.....	25
2.5.4 Hubungan Masyarakat	25
2.5.5 Penjualan Pribadi	25
2.6 Penelitian Sebelumnya	26

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Observasi	29
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	29
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	31

3.1.3 Jenis Pelayanan Kesehatan.....	32
3.1.4 Logo Perusahaan	40
3.1.5 Konsep Dasar Logo.....	40
3.1.6 Komposisi Warna.....	42
3.1.7 Typography	43
3.1.8 Penempatan Logo.....	43
3.1.9 Ukuran Minimum.....	44
3.2 Struktur Organisasi	45
3.2.1 Uraian Jabatan.....	46
3.3 Bauran Promosi TelkoMedika	53
3.4 Metode Penelitian.....	54
3.5 Jenis dan Sumber Data	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	55

BAB IV HASI OBSERVASI DAN PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Promosi	56
4.1.1 Jenis Kegiatan Promosi TelkoMedika	56
4.1.1.1 Penjualan Pribadi	56
4.1.1.1.1 Tujuan Penjualan Pribadi	58
4.1.1.1.2 Tahap-Tahap Penjualan Pribadi	58
4.1.1.2 Promosi Penjualan.....	59
4.1.1.2.1 Tujuan Promosi Penjualan	60
4.1.1.3 Periklanan.....	61

4.1.1.3.1 Tujuan Periklanan	62
4.1.1.4 Penjualan Langsung	63
4.1.1.4.1 Tujuan Penjualan Langsung	64
4.1.1.5 Publisitas	65
4.1.1.5.1 Tujuan Publisitas	66
4.1.2 Tujuan Kegiatan Promosi.....	67
4.2 Hambatan- hambatan yang dialami TelkoMedika	68
4.2.1Hambatan Periklanan	68
4.2.2 Hambatan Promosi Penjualan	70
4.2.3 Hambatan Publisitas.....	71
4.2.4 Hambatan Pemasaran Langsung	72
4.2.5 Hambatan Penjualan Perorangan	73
4.3 Upaya-upaya yang dilakukan TelkoMedika	73
4.3.1 Upaya Eksternal Perusahaan	73
4.3.2 Upaya Internal Perusahaan.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN