

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Metodologi Penelitian.....	6
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	8
2.1.2. Pengertian Pemasaran	10
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	11

2.2. Bauran Pemasaran.....	11
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.2.2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	12
2.3. Bauran Promosi.....	15
2.3.1. Pengertian Promosi	15
2.3.2. Pengertian Bauran Promosi.....	16
2.4. Periklanan	19
2.4.1. Pengertian Periklanan.....	19
2.4.2. Tujuan Periklanan	20
2.4.3. Sifat Periklanan	20
2.4.4. Langkah-langkah Dalam Keputusan Iklan.....	21
2.4.5. Media Periklanan	23
2.4.6. Bentuk-bentuk Iklan Televisi.....	24
2.4.7. Hambatan Periklanan	25
2.5. Perilaku Konsumen.....	28
2.5.1. Tujuan Perilaku Konsumen.....	28
2.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
2.5.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	32
2.6. Pengertian Konsumen, Perlindungan Konsumen, Hak dan Kewajiban Konsumen dan Hukum Konsumen	35
2.6.1. Pengertian Konsumen	35
2.6.2. Pengertian Perlindungan Konsumen	35
2.6.3. Pengertian Hak dan Kewajiban Konsumen	37
2.6.4. Pengertian Hukum Konsumen	38

BAB III METODE DAN OBJEK OBSERVASI

3.1. Objek Penelitian.....	42
3.1.1. Sejarah Singkat PT. Pertamina (Persero).....	42
3.1.2. Sejarah Divisi Unit Pemasaran III Unit Pemasaran Bandung.....	45
3.1.3. Visi dan Misi PT. Pertamina (Persero)	46
3.1.4. Lambang Perusahaan	46
3.1.5. Tata Nilai PT. Pertamina (Persero)	47
3.1.6. Tujuan PT. Pertamina (Persero).....	48
3.1.7. Tugas Pokok PT. Pertamina (Persero)	48
3.1.8. Struktur Organisasi	48
3.1.9. Deskripsi Tugas.....	51
3.2. Metodologi Penelitian.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Iklan Gas LPG 3 Kg Versi “Goyang Bung Hijau” yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung	55
4.1.1. Tujuan Iklan	58
4.1.2. Sifat Iklan	59
4.1.3. Langkah-langkah dalam Keputusan Iklan.....	59
4.1.4. Media Iklan	63
4.1.5. Bentuk Iklan	63
4.2. Hambatan yang dihadapi dalam Pelaksanaan Iklan Gas LPG 3 Kg Versi “Goyang Bung Hijau” yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung	64

4.3. Upaya dalam Mengatasi Hambatan yang dihadapi dalam Pelaksanaan Iklan Gas LPG 3 Kg Versi “Goyang Bung Hijau” yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan72
5.2. Saran76

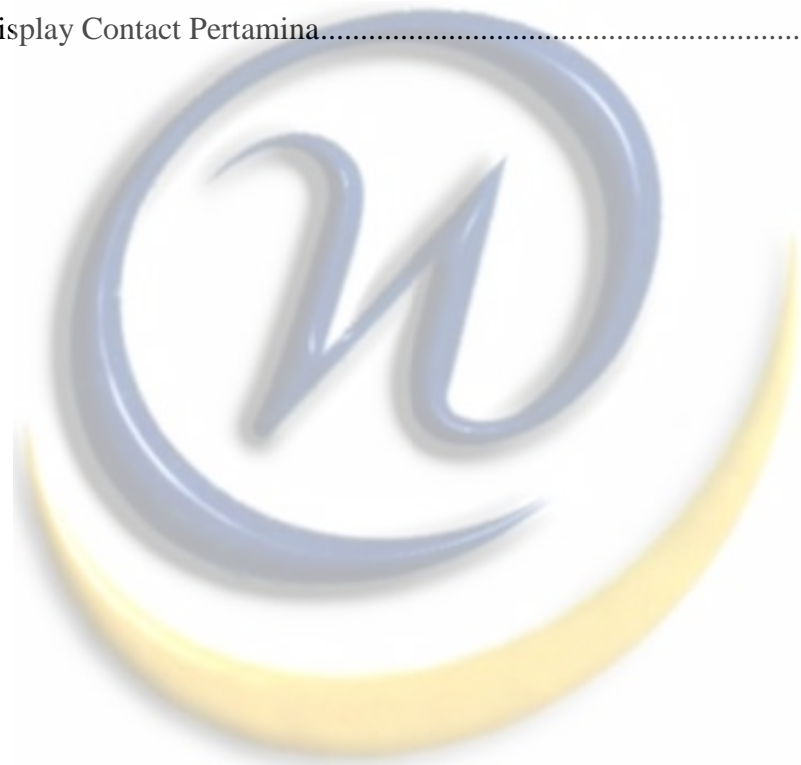
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

2.1. The Five Ms of Advertising	22
2.2. Proses-proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	34
3.1. Logo PT. Pertamina (Persero).....	47
3.2. Struktur Organisasi	50
4.1. Cuplikan Gambar Iklan TV Gas LPG 3 Kg versi “Goyang Bung Hijau”	55
4.2. Display Contact Pertamina.....	71



DAFTAR TABEL

1.1. Jumlah Kasus LPG Meledak.....	4
2.1. Macam-macam Bauran Komunikasi Pemasaran	18
4.1. Kasus LPG 3 Kg Meledak	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Izin Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung
- Lampiran 2. Surat Balasan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung
- Lampiran 3. Absensi Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III Bandung
- Lampiran 4. Kartu Bimbingan
- Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 6. Foto Pegawai PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran III