

DAFTAR ISI

	Hal
INTISARI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Laporan Tugas Akhir	6
1.4 Kegunaan Laporan Tugas Akhir	7
1.5 Metodologi Laporan Tugas Akhir	7
1.6 Lokasi dan Waktu Kerja Praktek	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Fungsi Manajemen	9
2.1.1 Pengertian Manajemen	9
2.1.2 Fungsi – Fungsi Manajemen	10
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.3 Bauran Pemasaran	13
2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	14
2.4.1 Pengertian Promosi	14
2.4.2 Tujuan Promosi	15
2.4.3 Pengertian Bauran Promosi	16
2.4.4 Unsur Unsur Bauran Promosi	16
2.5 Pemasaran Langsung	18

2.5.1	Pengertian Pemasaran Langsung	18
2.5.2	Manfaat Pemasaran Langsung	18
2.5.3	Saluran Utama Pemasaran Langsung	19
2.5.4	Keputusan Utama Pemasaran Langsung	21
2.5.5	Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Langsung	23

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	26
3.1.1	Visi Dan Misi	26
3.1.2	Struktur Organisasi	28
3.1.3	Jenis Produk Dan Layanan	32
3.1.4	Strategi Bisnis	39
3.2	Metode Observasi	39
3.2.1	Metode Penarikan Sampel	40
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Pelaksanaan Pemasaran Langsung Pada PT Wiaya Lintas Komindo	42
4.1.1	Penjualan Tatap Muka	43
4.1.2	Telemarketing	44
4.1.3	Saluran On – Line	45
4.2	Faktor penghambat Pelaksanaan Pemasaran Langsung Pada PT Wijaya Lintas Komindo	45
4.3	Upaya Untuk Menyelesaikan Hambatan Pemasaran Langsung Pada PT Wijaya Lintas Komindo	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	52

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	29



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Survey
- Lampiran 2 : Portofolio
- Lampiran 3 : Data Pelanggan
- Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup

