

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 GAMBARAN UMUM PENULISAN.....	7
2.1 Kondisi Umum	7
2.1.1 Profil Perusahaan.....	7
2.1.2 Sejarah Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian (UBPP) Logam Mulia PT Antam	7
2.1.3 Logo Perusahaan	9
2.1.4 Visi dan Misi	9
2.1.5 Struktur Organisasi.....	9
2.2 Produk	11
2.3.1 Pengertian Pemasaran	19
2.3.2 Strategi Pemasaran	20
2.3.3 Bauran Pemasaran	27
2.4 Metode Penelitian.....	43
2.4.1 Jenis dan Sumber Data	44
2.4.2 Metode Pengumpulan Data	45
2.4.3 Lokasi Penelitian	46
2.4.4 Variabel Penelitian	46
2.4.5 Metode Analisis Data	46
BAB 3 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
3.1 STP (<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>).....	48
3.1.1 <i>Segmenting</i>	48

3.1.2	<i>Targeting</i>	51
3.1.3	<i>Positioning</i>	51
3.2	Bauran Pemasaran 4P (<i>Product, Price, Place, dan Promotion</i>).....	52
3.2.1	<i>Product</i>	52
3.2.2	<i>Price</i>	57
3.2.3	<i>Place</i> dan Distribusi	59
3.2.4	<i>Promotion</i>	60
BAB 4	PENUTUP	67
4.1	Kesimpulan.....	67
4.2	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	73