

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Komoditas Sayuran	8
B. Pertanian Organik	9
C. Konsep Pemasaran	11
D. Bauran Pemasaran	12
E. Bauran Promosi	13
F. Evaluasi Efektivitas Media Promosi	20
G. Hubungan Media Promosi dengan Tingkat Penjualan	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian	27
B. Data yang Diperlukan	27
C. Metode Pengumpulan Data	28
D. Tahapan Penelitian	28
E. Metode Pengolahan Data	34

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	44
B. Bauran Pemasaran	47
C. Bauran Promosi	49
D. Karakteristik Responden	53
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	67
F. Analisis Efektivitas Media Promosi Berdasarkan EPIC <i>Model</i> ...	69
1. Brosur	69
2. Katalog	76
3. Tenaga Penjual	81
G. Perbandingan Tingkat Efektivitas Media Promosi	87
H. Perbandingan Tingkat Penjualan antara Sebelum, Selama, dan Sesudah Promosi	89

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	99
B. Saran	100

DAFTAR PUSTAKA	102
-----------------------------	-----

LAMPIRAN