

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Magang.....	4
D. Manfaat Magang.....	4
E. Metode Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2. Instrumen Pemasaran (<i>Marketing Tools</i>)	8
3. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	9
4. Variabel Inti Bauran Pemasaran.....	11

5. Peranan Pemasaran Dalam Masyarakat	27
6. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	30
7. Jenis-jenis Strategi Pemasaran	32
8. Strategi Pemasaran	34
9. Market share	44
10. Penguasaan Pasar.....	46
11. Agregasi pasar	46
12. Basis Segmentasi Pasar	47
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Profil Perusahaan.....	50
2. Bentuk Usaha	50
3. Visi dan Misi PT. Jakarta Realty	51
4. Struktur Organisasi	52
B. Pembahasan	53
1. Pelaksanaan Magang.....	53
2. Pelaksanaan Kegiatan Promosi Di PT. Jakarta Realty	54
3. Masalah Yang Ditemui Pada Unit Kerja	56
4. Pemecahan Masalah Pada Unit Kerja.....	56
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran	59
Daftar Pustaka.....	61