

DAFTAR ISI

MOTTO	..ii
TANDA PENGESAHAN.....	..iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	..iv
RINGKASAN	..v
SUMMARY	..vi
KATA PENGANTAR.....	..vii
DAFTAR ISI.....	..ix
DAFTAR TABEL	..xi
DAFTAR GAMBAR.....	..xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	..xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kontribusi Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Ruang Lingkup Biaya dan Pemasaran	12
2.2.1 Pengertian Biaya	12
2.2.2 Penggolongan biaya	13
2.2.3 Pengertian Pemasaran	14
2.3 Ruang Lingkup Biaya Pemasaran	15
2.3.1 Pengertian Biaya Pemasaran	15
2.3.2 Penggolongan Biaya Pemasaran	16
2.3.3 Karakteristik Biaya Pemasaran	18
2.3.4 Dasar Pengukuran	19
2.3.5 Anggaran Biaya Pemasaran	27
2.4 Analisis Biaya Pemasaran.....	28
2.4.1 Tujuan Analisis Biaya Pemasaran	28
2.4.2 Manfaat Analisis Biaya Pemasaran	29
2.4.3 Macam-macam Analisis Biaya Pemasaran	29
2.4.4 Metode Analisis Biaya Pemasaran.....	30
2.4.5 Langkah-langkah Analisis Biaya Pemasaran.....	32
2.5 Biaya Komersial.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Fokus Penelitian.....	35
3.3 Lokasi Penelitian dan Situs Penelitian.....	36
3.4 Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.7 Analisis Data.....	37

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Profil dan Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.2 Lokasi Perusahaan	40
4.1.3 Tujuan Perusahaan	41
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.1.5 Pemasaran	55
4.1.6 Ketenagakerjaan.....	56
4.1.7 Penyajian Data	58
4.2 Analisis Data	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	125

DAFTAR PUSTAKA