

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGSAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	iv
KATA PENGHANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 TUJUAN MAGANG.....	4
1.3 TARGET MAGANG.....	4
1.4 BIDANG MAGANG.....	4
1.5 LOKASI MAGANG.....	4
1.6 RINCIAN dan JADWAL PELAKSANA MAGANG.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 PEMASARAN.....	6
2.2 PENGERTIAN MANAJEMEN PEMASARAN.....	7
2.3 BAURAN PEMASARAN.....	9
1. Produk.....	9
2. Harga	12
3. Faktor-faktor Mempengaruhi Penetapan Harga.....	15
4. Promosi.....	19
2.4 SALURAN DISTRIBUSI.....	25
2.5 INTENSITAS SALURAN DISTRIBUSI.....	26
2.6 SUMBER DAYA MANUSIA/ORANG (<i>People</i>).....	32
2.7 SARANA FISIK (<i>Physical Evidence</i>).....	33
2.8 PROSES (<i>Process</i>).....	34
2.9 PENGERTIAN ASURANSI.....	34
BAB III PEMBAHASAN.....	39
3.1 DATA UMUM.....	39
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	39
3.1.2 VISI dan MISI <i>Bringin Life</i>	42

3.1.3	Nilai-Nilai Budaya Perusahaan <i>Bringin Life</i>	42
3.1.4	Identitas Perusahaan <i>Bringin Life</i>	43
3.1.5	Penghargaan <i>Bringin Life</i>	46
3.2	DATA KHUSUS.....	48
3.2.1	Penerapan Strategi Produk, Penetapan Harga, Dan Metode Promosi.....	48
3.2.2	Strategi Produk.....	48
3.2.3	Penetapan Harga.....	55
3.2.4	Metode Promosi.....	59
BAB IV PENUTUP		63
4.1	KESIMPULAN.....	63
4.2	SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		

