

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Hipotesa	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Manajemen Transportasi	7
2.2. Pengertian Dan Fungsi-fungsi Pemasaran	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Fungsi-fungsi Pemasaran	13
2.3. Pengertian Bauran Pemasaran dan Variabel-variabel Lingkungan Bauran Pemasaran	16
2.3.1. Pengertian Bauran Pemasaran	16
2.3.2. Variabel-variabel Lingkungan Bauran Pemasaran	21
2.4. Pengertian Pemasaran Jasa	23
2.5. Pengertian Tarif Angkutan	27
2.5.1. Jenis Tarif Angkutan	27
2.5.2. Pertimbangan Dalam Menghitung Tarif Angkutan	30
2.6. Tahap-tahap Pengembangan Produk Jasa Baru	32

BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Obyek Penelitian	37
3.2. Lokasi Penelitian	37
3.3. Populasi	37
3.4. Teknik Pengambilan Sampel (sampling)	37
3.5. Sumber Data	39
3.5.1. Data Primer	39
3.5.2. Data Sekunder	39
3.6. Metode Pengumpulan Data	40
3.6.1. Metode Kepustakaan	40
3.6.2. Metode Lapangan	40
3.7. Metode Analisis Data	40
3.7.1. Analisa Kualitatif	40
3.7.2. Analisa Kwantitatif	41
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	44
4.2. Manajemen Dan Struktur Organisasi	48
4.3. Jenis-Jenis Jasa Yang Dihasilkan Oleh PT. PELNI	54
4.4. Daerah Pemasaran	57
BAB V : PEMBAHASAN DAN HASIL ANALISIS	
5.1. Realisasi Penjualan Jasa Angkutan Laut Periode 1994-1998	60
5.2. Analisa Kebijakan Pengembangan Trayek Baru	67
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	72
6.2. Saran - Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL

1. Produksi Kapal Penumpang PT. PELNI (1994-1998)	66
2. Laba/rugi Kapal Penumpang PT. PELNI	66
3. Perkembangan Biaya Pengembangan Trayek Baru Pada PT. PELNI	69



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

1. Struktur Organisasi PT. PELNI..... 50

