

DAFTAR PUSTAKA

- ❖ A Webel, John, 2000, Pathering With Distributors To Stimulate, Jurnal
- ❖ Boyd, Walker, Larreche, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- ❖ Buchari, Alma, 1993, Pengantar Bisnis, Alfa Beta, Bandung.
- ❖ Gabrielson, Mika, V, H, 2002, Multiple Channel Strategies In The European Personal Computer Industry, Jurnal, Chicago.
- ❖ Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.
- ❖ Kotler, Philip, 2003, Marketing Management, Edisi 6, Penerbit Prentice Hall.
- ❖ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- ❖ Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2001, Principles of Marketing, Ninth Edition, Pretice Hall Printed in the USA.
- ❖ Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2004, Principles of Marketing, Tenth Edition, Pretice Hall Printed in the USA.
- ❖ Manajer PT DPD, 2004, Proses Pendistribusian Dan Data-data, Indramayu.
- ❖ Rosenbloom, Bert, 1999, Marketing Channels: A Management View, Edisi 6, Penerbit Dryenpress.
- ❖ Saladin, Djaslim, H, SE, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Linda Karya, Bandung.
- ❖ Sudjana, Statistika 2, Penerbit Tarsito, 1996, Bandung.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas pertolongan dan kasih-Nya maka kami dapat menyelesaikan tugas makalah manajemen pemasaran yang membahas mengenai SALURAN DISTRIBUSI tepat pada waktunya.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian tugas makalah ini masih jauh dari sempurna dan tidak terlepas dari kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Karena itu kritikan dan saran yang membangun, kami terima dengan senang.

Penulisan dan penyusunan makalah ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Ir. H Surachman Surjaatmadja, MM., selaku dosen seminar manajemen pemasaran yang telah membantu, membimbing, dan memberikan saran-saran selama penyusunan makalah ini hingga selesai.

2. Seluruh staf perpustakaan FE UKM.
3. Rekan-rekan mahasiswa yang telah membantu dalam mencari bahan untuk tugas makalah ini.

Akhir kata, kami berharap tugas makalah ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Mei 2004

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....

DAFTAR ISI ii

DAFTAR GAMBAR iii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penulisan	1
1.2 Identifikasi masalah	2
1.3 Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penulisan	2
1.4 Kerangka Pemikiran	3
1.5 Metode Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Tempat	6
2.2 Pengertian Saluran Distribusi	6
2.2.1 Tingkat Saluran Distribusi	7
2.2.2 Jumlah Perantara Pemasaran	9
2.2.3 Sistem Saluran Distribusi	10
2.2.4 Fungsi Saluran Distribusi	11
2.2.5 Tujuan Saluran Distribusi	12
BAB III PEMBAHASAN	
3.1 Gambar Umum Pemasaran Perusahaan Motor	13
Penetapan Saluran Distribusi Yang Dilakukan	
Perusahaan Motor.....	14
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	16
4.2 Saran	16
DAFTAR PUSTAKA.....	17

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Katar Belakang Penulisan.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penukisan.....	2
1.4 Kerangka pemikiran.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Tempat.....	6
2.2 Pengertian Saluran Distribusi.....	6
2.2.1 Tingkat Saluran Distribusi.....	7
2.2.2 Jumlah Perantara Pemasaran.....	10
2.2.3 Sistem Saluran Distribusi.....	11

2.2.4 Fungsi Saluran Distribusi.....	12
2.2.5 Tujuan Saluran Distribusi.....	13

BAB III PEMBAHASAN

3.1 Gambaran umum Pemasaran Perusahaan Motor.....	15
3.2 Penetapan Strategi Saluran Distribusi yang Dilakukan Perusahaan Motor.....	16

BAB IV KESIPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan.....	18
4.2 Saran.....	18

DAFTAR PUSTAKA.....	19
----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.1	Saluran distribusi	4
1.2	Saluran Distribusi Konsumen	8
1.3	Saluran Distribusi Industri	9

