

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR KEASLIAN | iii |
| MOTTO | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah | 4 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.2.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.3.1. Maksud Penelitian | 5 |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 6 |
| 1.5. Tempat dan Waktu Penelitian | 6 |
| 1.5.1. Tempat Penelitian | 6 |

| | | |
|---|--|----|
| 1.5.2. | Waktu Penelitian | 6 |
| BAB II..... | | 8 |
| KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | | 8 |
| 2.1 | Kajian Pustaka..... | 8 |
| 2.1.1 | Pengertian Pemasaran | 8 |
| 2.1.2 | Strategi Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 | Bauran Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3.1 | Produk (<i>Product</i>) | 9 |
| 2.1.3.1.1 | Klasifikasi Produk..... | 10 |
| 2.1.3.2 | Harga (<i>Price</i>) | 16 |
| 2.1.3.2.1 | Metode Penetapan Harga Berdasarkan Biaya..... | 17 |
| 2.1.3.2.2 | Metode Penetapan Harga Produk Baru..... | 17 |
| 2.1.3.2.3 | Metode Penetapan Harga Produk Yang Telah Beredar | 18 |
| 2.1.3.3 | Saluran Distribusi (<i>Place</i>)..... | 19 |
| 2.1.3.4 | Promosi (<i>Promotion</i>) | 23 |
| 2.1.4 | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| BAB 3 | | 31 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | | 31 |
| 3.1. | Objek Penelitian | 31 |
| 3.2. | Metode Penelitian..... | 31 |
| 3.2.1. | Jenis Data | 32 |
| 3.2.2. | Sumber Data..... | 32 |

| | | |
|---------------------------------|---|----|
| 3.2.3. | Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.3. | Analisis Data | 33 |
| 3.3.1. | Analisis SWOT | 33 |
| 3.3.2. | Matrix SWOT | 39 |
| BAB 4 | | 41 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 41 |
| 4.1. | GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 41 |
| 4.1.1. | SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN..... | 41 |
| 4.1.2. | STRUKTUR ORGANISASI | 42 |
| 4.1.2.1. | DESKRIPSI JABATAN..... | 43 |
| 4.2. | ANALISIS BAURAN PRMASARAN..... | 47 |
| 4.2.1. | <i>Product</i> (Produk)..... | 47 |
| 4.2.2. | <i>Price</i> (Harga)..... | 50 |
| 4.2.3. | <i>Place</i> (Saluran Distribusi) | 52 |
| 4.2.4. | <i>Promotion</i> (Promosi)..... | 57 |
| 4.3. | ANALISIS SWOT | 63 |
| 4.4. | MATRIKS ANALISIS SWOT | 68 |
| 4.4.1. | ANALISIS STRATEGI SO | 71 |
| 4.4.2. | ANALISIS STRATEGI WO | 71 |
| 4.4.3. | ANALISIS STRATEGI ST | 72 |
| 4.4.4. | ANALISIS STRATEGI WT | 72 |
| BAB V | | 73 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 73 |

| | |
|-----------------------|------|
| 5.1. KESIMPULAN | 73 |
| 5.2. SARAN | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | xvii |
| LAMPIRAN | xix |