Daftar Isi

Lembar Pengesahan…… i

Lembar Pernyataan…… ii

Abstrak…… iii

Kata Pengantar…… v

Daftar Isi…… vii

Daftar Tabel…….. x

Daftar Gambar……... xi

Daftar Lampiran…… xii

Bab 1 Pendahuluan…… 1

1.1. Latar Belakang Masalah…… 1

1.2. Identifikasi Masalah……. 2

1.3. Tujuan Penelitian……. 3

1.4. Sistematika Penulisan…….. 3

Bab 2 Tinjauan Pustaka…… 5

2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran…… 5

2.2. Tujuan Pemasaran…….. 5

2.3. Mengembangkan Strategi dan Rencana Pemasaran……... 6

2.3.1. Definisi Strategi …….. 6

2.3.2. Perencanaan Strategi Pemasaran…….. 6

2.4. Strategi Bauran Pemasaran……. 7

2.5.Analisis SWOT…….. 18

2.6. Tahap Pengambilan Keputusan…… 22

Bab 3 Metodologi Penelitian…… 24

3.1. *Flow Chart* Pemecahan Masalah…… 24
3.2. Langkah-langkah Pemecahan Masalah…….. 25

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data…… 30
4.1. Pengumpulan Data……. 30
4.1.1. Deskripsi Perusahaan…… 30
4.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas…….. 30
4.2. Pelaksanaan Bauran Pemasaran di PT. Primarindo Putra Perkasa Bandung…….. 32
4.2.1. Produk (*Product*)…….. 32
4.2.2. Harga (*Price*)…… 33
4.2.3. Tempat (*Place)*…….. 33
4.2.4. Promosi (*Promotion*)…… 34
4.3. Menganalisis dan Mengidentifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal…….. 34
4.3.1. Menganalisis dan Mengidentifikasi Faktor-faktor internal Berdasarkan Kekuatan-Kelemahan…… 34
4.3.2. Menganalisis dan Mengidentifikasi Faktor-faktor Eksternal Berdasarkan Peluang- Ancaman…….. 35
4.4. Pengolahan Data……. 36
4.4.1. Matrik SWOT……... 36
4.4.2. Matriks Penentuan Strategi……... 37
4.4.3. Penentuan Strategi Terpilih…… 39
4.4.4. Tampilan Website Penjualan Sepatu……. 40

Bab 5 Analisis……... 43
5.1. Analisis SWOT…..…… 43
5.2. Analisis Strategi Terpilih……..…….. 43

5.3. Analisis Usulan Strategi……. 44

Bab 6 Kesimpulan dan Saran……. 45

6.1. Kesimpulan…….. 45

6.2. Saran……... 46

Daftar Pustaka……..... 47