

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan masalah	6
1.3. Pembatasan masalah	6
1.4. Maksud dan tujuan penelitian	7
1.5. Manfaat penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Obat Eprex	8
2.1.1. Indikasi	8
2.1.2. Komposisi	9
2.1.3. Proses Produksi	9

2.1.4. Manfaat	10
2.2. Perilaku Konsumen	11
2.2.1. Analisis Pasar Konsumen	11
a) Faktor Budaya	12
b) Faktor Sosial	13
c) Faktor Pribadi	14
d) Faktor Psikologis	16
2.2.2. Prilaku Pembelian konsumen	17
1) Prilaku Pembelian yang Rumit	18
2) Prilaku Pembelian Pengurangan Ketidaknyamanan	19
3) Prilaku Pembelian Karena Kebiasaan	20
4) Prilaku Pembelian Mencari variasi	20
2.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
2.4. Sikap Konsumen	25
2.4.1. Model Sikap	25
2.4.1.1. Model Tiga Komponen	26
2.4.1.2. Model Sikap Multi Atribut Fisbein	27
2.4.1.3. Model Sikap Angka Ideal	29
2.5. Pengetahuan Produk Konsumen	29
2.6. Pesaing	31
2.6.1. Positioning Untuk Keunggulan Bersaing	31
2.6.2. Konsep Industri Tentang Persaingan	32
2.6.3. Konsep Pasar Tentang Persaingan	35

2.7. Pangsa Pasar	41
2.8. Merancang Strategi Bersaing	43
2.8.1. Strategi Pemimpin Pasar	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	49
3.2. Populasi dan Sampel	50
3.3. Variabel Operasional	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data	52
3.5. Penelitian Lapangan.....	53
3.7. Penelitian Kepustakaan.....	54
3.8. Analisis Data	54

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1. Struktur Organisasi	56
4.2. Pangsa Pasar Eritropoetin di Indonesia	57
4.2.1. Total Market Eritropoetin	57
4.2.2. Pangsa Pasar Obat Eprex	60
4.2.3. Penurunan Pangsa Pasar Eprex	63
4.3. Faktor-Faktor Penurunan Pangsa Pasar	
4.3.1. Konsumen	64
4.3.2. Strategi Markting Obat Eprex	66
4.3.2. 1. Segmentasi	70

4.3.2. 2. Targeting	71
4.3.2. 3. Positioning	72
4.3.3. Taktik Marketing	73
4.3.3.1. Marketing Mix	73
4.3.3.1. Wiraniaga	89
4.3.4. Analisis SWOT	90
4.4. Faktor Yang Mempengaruhi Pangsa Pasar	92
4.4.1. Brand Awareness	92
4.4.2. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Obat Eritropoeitin	92
4.5. Strategi Marketing Yang Disarankan	101
4.5.1. Segmentasi	101
4.5.2. Targeting	102
4.5.3. Positioning	102
4.5.4. Marketing Mix	103
4.5.4.1. Produk	104
4.5.4.2. Harga	104
4.5.4.3. Promosi	105
4.5.4.4. Chanel	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA.....	110
----------------------------	------------

LAMPIRAN	111
RIWAYAT HIDUP	118



UNIVERSITAS
MERCU BUANA