

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Abstract	iii
Abstrak	iv
Pengesahan	v
Pernyataan	vi
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Visi, Misi, dan Values Perusahaan	8
2.3 Lingkup Bidang Usaha	11
2.4 Sumber Daya	12
2.5 Tantangan Bisnis	14
2.6 Proses Bisnis	15
BAB III KONSEP STRATEGI	
3.1 Pengertian Strategi	16
3.2 Strategi Pemasaran	16
3.3 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP)	18
3.4 Bauran Pemasaran	21
3.5 Komunikasi Pemasaran	23
3.6 Pengertian Brand	24
3.7 Brand Equity	28
3.8 Strategic Brand Management Process	32
3.9 Model Persaingan Porter	34
3.10 Analisis SWOT	44
BAB IV PENDEKATAN EVALUASI STRATEGIS FUNGSIONAL	
4.1 Pengumpulan Informasi	51
4.2 Pendekatan Evaluasi Strategis Fungsional	53
BAB V ANALISIS DATA	
5.1 Analisis Persaingan	57
5.2 Analisis Internal dan Eksternal	59
5.3 Analisis STP	64

5.4 Analisis Penjualan.....	65
5.5 Analisis Tingkat Awareness Masyarakat.....	67
5.6 Analisis Bauran Pemasaran.....	78
BAB VI EVALUASI STRATEGI	
6.1 Kinerja Pelaksanaan Strategi.....	91
6.2 Perencanaan dan Pengendalian Tindakan Korektif.....	95
BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN	
7.1 Rekomendasi Bauran Pemasaran.....	97
7.2 Rekomendasi Lainnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103
RIWAYAT HIDUP	130



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Fasilitas Produksi	12
Tabel 3.1	Matriks SWOT	49
Tabel 4.1	Tipe Pengendalian Pemasaran	55
Tabel 5.1	Analisis Lingkungan Internal (IFAS)	60
Tabel 5.2	Analisis Lingkungan Eksternal (EFAS).....	61
Tabel 5.3	Matriks SWOT INAF.....	64
Tabel 5.4	Data penjualan obat Indo	65
Tabel 5.5	Usia Responden.....	67
Tabel 5.6	Pekerjaan Responden	68
Tabel 5.7	Pengeluaran Per Bulan	69
Tabel 5.8	Pendidikan Terakhir Responden	70
Tabel 5.9	Domisili Responden.....	71
Tabel 5.10	Tingkat Intensitas Penyakit Ringan	73
Tabel 5.11	Jenis Penyakit Ringan Yang Dialami Responden	74
Tabel 5.12	Faktor Pertimbangan Responden dalam membeli obat.....	75
Tabel 5.13	Top of Mind	76
Tabel 5.14	Tingkat awareness masyarakat terhadap obat Indo.....	77
Tabel 5.15	Responden yang pernah membeli obat Indo	79
Tabel 5.16	Produk obat Indo yang banyak dikonsumsi responden.....	80
Tabel 5.17	Alasan responden mengkonsumsi obat Indo.....	81
Tabel 5.18	Pendapat responden mengenai kemasan obat Indo.....	82
Tabel 5.19	Khasiat Obat Indo Serbu	83
Tabel 5.20	Minat Responden untuk merekomendasikan obat Indo	84
Tabel 5.21	Minat Responden untuk mencoba obat Indo.....	85
Tabel 5.22	Pendapat Responden mengenai harga obat Indo.....	86
Tabel 5.23	Kemudahan memperoleh obat Indo serbu	88
Tabel 5.24	Sumber Informasi obat Indo	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 The 4P Component.....	21
Gambar 3.2 Model Porter.....	35
Gambar 3.3 Diagram SWOT.....	49
Gambar 4.1 Bagan Alur Evaluasi Strategis Fungsional.....	56
Gambar 5.1 Posisi relatif PT. Indofarma	63



DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1 Penjualan Obat Indo (Unit).....	66
Grafik 5.2 Penjualan Obat Indo (Rp.).....	66
Grafik 5.3 Usia Responden	68
Grafik 5.4 Pekerjaan Responden.....	69
Grafik 5.5 Pengeluaran Per Bulan.....	70
Grafik 5.6 Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Grafik 5.7 Domisili Responden.....	72
Grafik 5.8 Tingkat Intensitas Penyakit Ringan	73
Grafik 5.9 Jenis Penyakit Ringan Yang Dialami Responden	74
Grafik 5.10 Faktor Pertimbangan Responden dalam membeli obat	75
Grafik 5.11 Top of Mind	76
Grafik 5.12 Tingkat awareness masyarakat terhadap obat Indo	77
Grafik 5.13 Responden yang pernah membeli obat Indo.....	79
Grafik 5.14 Produk obat Indo yang banyak dikonsumsi responden	80
Grafik 5.15 Alasan responden mengkonsumsi obat Indo	81
Grafik 5.16 Pendapat responden mengenai kemasan obat Indo	82
Grafik 5.17 Khasiat Obat Indo Serbu.....	83
Grafik 5.18 Minat Responden untuk merekomendasikan obat Indo.....	84
Grafik 5.19 Minat Responden untuk mencoba obat Indo	85
Grafik 5.20 Pendapat Responden mengenai harga obat Indo	86
Grafik 5.21 Kemudahan memperoleh obat Indo serbu	88
Grafik 5.22 Sumber Informasi obat Indo	90

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Jadwal Aktivitas Penulisan Karya Akhir	103
Kuesioner	104
Produk-Produk Indo Obat Serbu.....	106

