

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Konsep dan Teori	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran	5
2.1.1.1 Tujuan Pemasaran	6
2.1.1.2 Evolusi Konsep Pemasaran	6
2.1.1.3 Fungsi Pemasaran	8

2.1.1.4	Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.2	Penjualan	10
2.1.2.1	Pengertian penjualan	10
2.1.2.2	Jenis-Jenis Penjualan.....	10
2.1.2.3	Tujuan penjualan	11
2.1.2.4	Pengertian Volume Penjualan	12
2.1.2.5	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penjualan	13
2.1.3	Manajemen Strategi	14
2.1.4	Tahapan Manajemen Strategi.....	14
2.1.5	Bauran Pemasaran.....	15
2.1.6	PLC (<i>Product Life Cycle</i>)	16
2.1.7	Analisis SWOT	16
2.1.7.1	Pengertian Analisis SWOT dan Analisis TOWS... 16	
2.1.7.2	Langkah Analisis TOWS	16
2.1.7.3	Matriks Faktor Strategi Eksternal	17
2.1.7.4	Matriks Faktor Strategi Internal	19
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Jenis Data dan Informasi.....	28
3.3	Metode dan Pengumpulan Data	29
3.4	Metode Pengolahan dan Analisis Data	30

	3.5 Langkah-Langkah Penelitian	34
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	35
	4.1 Pengumpulan Data	35
	4.1.1 Sejarah Perusahaan	35
	4.1.2 Struktur Organisasi	36
	4.1.3 Analisis Lingkungan Eksternal	38
	4.1.4 Analisis Lingkungan Internal.....	41
	4.1.5 Bauran Pemasaran salon mobil XYZ	45
	4.1.6 PLC (<i>Product Life Cycle</i>)	50
	4.2 Pengolahan Data.....	51
	4.2.1 Penghitungan Bobot Faktor Eksternal	51
	4.2.2 Identifikasi Ancaman dan Peluang.....	51
	4.2.3 Penghitungan Bobot Faktor Internal	53
	4.2.4 Identifikasi Kelemahan dan Kekuatan	53
	4.2.5 Penghitungan Rating Faktor Eksternal	55
	4.2.6 Penghitungan Rating Faktor Internal	55
	4.2.7 Matriks EFAS	56
	4.2.8 Matriks IFAS	58
	4.2.9 Koordinat Matriks TOWS	59
	4.2.10 Matriks TOWS	60
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64

	5.1 Matriks Grand Strategi.....	63
	5.2 Implementasi Strategi	65
	5.3 Evaluasi Strategi.....	67
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
	6.1. Kesimpulan	73
	6.2. Saran.....	73

Daftar Pustaka

Lampiran

