



UNIVERSITAS MERCUBUANA

**STRATEGY PEMASARAN PENJUALAN MOBIL
DI PT. INDOMOBIL TBK**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh :

EFAN AGFIAT SOFANI

NIM : 131.02.028

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA, 2004**



UNIVERSITAS MERCUBUANA

**STRATEGY PEMASARAN PENJUALAN MOBIL
DI PT. INDOMOBIL TBK**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Studi Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh:

EFAN AGFIAT SOFIANI
NIM : 131.02.028

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA, 2004**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah Subhana Wataala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Mercu Buana progra Studi Pasca Sarjana (S2) Magister Manajemen, Jakarta sebagai tempat belajar untuk memperoleh ilmu dan pengetahuan.

Tersis ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Universitas Mercu Buana program Studi Pasca Sarjana (S2) Magister Manajemen. Tesis ini berjudul :

Strategy Pemasaran Penjualan Mobil Merk di PT INDOMOBIL. TBK Jakarta

Terselesaikannya tesis ini adalah hasil bantuan, arahan dan motivasi dari banyak pihak, dan untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan terima kasih dn penghargaan kepada ;

1. Bapak Ali Marwan Hanan, selaku Menteri Koperasi dn UKM beserta jajarannya
2. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, MSc, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Laode M. Kamaluddin, M.Sc, M.Eng, selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana (S2) magister Manajemen
4. Bapak Dr. Bahtiar Saleh Abbas dan Bapak Soni Sutedjo, selaku Dosen Pembimbing Tesis
5. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana Program Studi Pasca Sarjana (S2) Magister Manajemen
6. Segenap pimpinan dan Staf PT. IDOMOBIL TBK
7. Seluruh Rekan-rekan Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana Program Studi Pasca Sarjana (S2) Magister Manajemen, khususnya konsentrasi Manajemen Pamasaran
8. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini

Penulis menyadari penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan baik dari segi teori maupun data yang diperoleh dan untuk itu mohon kritik dan saran kearah perbaikan tesis ini.

Semoga tesis ini dapat berguna bagi mereka yang memerlukannya

Jakarta, Oktober 2004

Efan Agfiat Sofani



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	v
 BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang dan Alasan pemilihan judul.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Metode Penelitian.....	8
 BAB II: LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	13
B..Bauran Pemasaran (marketing mix).....	14
C. Pengertian Strategi Pemasaran	17
D. Macam-macam Strategi Pemasaran dalam Persaingan.....	18
E. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi yang Dipilih	24
F. Pengertian Penjualan	26
G. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	27
H. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Penjualan	29
I. Analisis Lingkungan Pemasaran dalam Kaitannya dengan Strategi	32
J. Analisis Posisi Produk	34
K. Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan Peluang dan Ancaman)	36

BAB III:	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah PT. Indomobil Tbk	39
	B. Struktur Organisasi Perusahaan	41
BAB IV:	ANALISIS STRATEGY PEMASARAN PENJUALAN MOBIL MERK 'SUZUKI' DI PT. IMDOMOBIL,tbk	
	A. Mengidentifikasi Strategi Bauran Pemasaran Perusahaan	43
	B. Mengetahui lingkungan internal dan eksternal perusahaan..	52
BAB V :	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	68
	B. Saran ,.....	70

TABEL

DAFTAR PUSTAKA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA