

## Daftar Isi

	Hal
Pernyataan Keaslian Karya Tugas Akhir .....	i
Lembar Persetujuan .....	ii
Prakata .....	iii
Daftar Isi .....	iv
<b>Bab I</b> Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan penulisan .....	5
1.5 Metodologi Penulisan .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>Bab II</b> Landasan Teori	
2.1 Perkembangan Definisi Pemasaran .....	8
2.2 Perubahan Peran Pemasaran .....	10
2.3 Gagasan-gagasan Pemasaran terbaru .....	10
2.4 Usulan Definisi Pemasaran terbaru .....	12
2.5 Manajemen Strategi .....	14
2.6 Tahapan dalam Manajemen Strategi .....	14
2.7 Ekuitas Merek .....	15
2.8 Proses Perkembangan Merek .....	20

## Bab III Gambaran Umum Perusahaan & Faktor-Faktor permasalahan

### 3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Singkat Perkembangan Perusahaan .....	23
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	25
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	26
3.1.4 Produk-produk Perusahaan .....	26

### 3.2 Faktor-faktor permasalahan

3.2.1 Faktor-faktor eksternal .....	27
3.2.2 Faktor-faktor internal .....	29

## Bab IV Kajian Strategi Pemasaran

### 4.1 Analisa Situasi dan Kondisi

4.1.1 Situasi dan Kondisi Pasar dan Persaingan .....	32
4.1.2 Analisis Peluang, Ancaman, Kekuatan dan Kelemahan	
4.1.2.1 Peluang .....	33
4.1.2.2 Ancaman .....	33
4.1.2.3 Kekuatan .....	34
4.1.2.4 Kelemahan .....	34

### 4.2 Strategi

4.2.1 Segmentasi .....	36
4.2.2 Target .....	38
4.2.3 Positioning .....	39

4.3. Taktik	
4.3.1 Differensiasi .....	40
4.3.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	
4.3.2.1 Produk .....	41
4.2.2.2 Harga .....	41
4.2.2.3 Saluran Distribusi .....	42
4.2.2.4 Promosi .....	43
4.2.3 Penjualan .....	44
4.4 Nilai	
4.4.1 Merek .....	44
4.4.2 Servis .....	45
4.4.3 Proses .....	46
4.5 Evaluasi kinerja perusahaan .....	46
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran</b>	
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	50
<b>Daftar Pustaka</b> .....	vii