

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.3 Tinjauan Kajian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
BAB III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Pengumpulan Data.....	27
3.3 Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	36
4.1 Analisis Deskriptif.....	36
4.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	39
4.3 Analisis VRIO.....	45
4.5 Analisis SWOT.....	48
4.6 Matriks SWOT.....	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1-1: Situasi Covid-19 di Indonesia.....	1
Gambar 1.1-2: Persentase Perusahaan Menurut Perubahan Pendapatan.....	2
Gambar 1.1-3: Perusahaan yang Masih Beroperasi Seperti Biasa Menurut Sektor.....	3
Gambar 1.1-4: Operasional Perusahaan di Tengah Pandemi.....	4
Gambar 1.1-5: Persentase Perusahaan Menurut Status Operasional.....	4
Gambar 1.1-6: Persentase Perusahaan yang Menerapkan Protokol Kesehatan...	5
Gambar 1.1-7: Produk Bigroot Care.....	8
Gambar 1.1-8: Izin Kemenkes RI terhadap Produk Bigroot Care.....	8
Gambar 1.2-1: Produk-Produk <i>Hand Sanitizer</i> Baru saat Pandemi.....	11
Grafik 2.4-1: Kerangka Konseptual.....	25
Grafik 3.2-1: Prosedur Penelitian.....	28
Grafik 3.3-1: VRIO <i>Framework</i>	29
Grafik 3.3-2: <i>Porter's Five Forces</i>	31
Grafik 3.3-3: SWOT.....	32
Grafik 3.3-4: Pertanyaan Strategis dalam SWOT.....	33
Gambar 4.1-1: Strategi Promosi Bigroot.....	36
Grafik 4.1-2: Laporan Keuangan Tahunan Bigroot.....	37
Grafik 4.2-1: <i>Porter's Five Forces Framework</i>	39
Grafik 4.3-1: VRIO <i>Framework</i>	46
Gambar 4.4-1: SWOT <i>Analysis</i>	49

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1: Tipe Segmentasi.....	19
Tabel 2.3-1: Kajian Terdahulu.....	23
Tabel 3.2-1: Pertanyaan <i>Subject Matter Expert</i>	28
Tabel 4.2-1: Persaingan antara Kompetitor.....	40
Tabel 4.2-2: Ancaman Pendatang Baru.....	41
Tabel 4.2-3: Ancaman Produk Pengganti.....	42
Tabel 4.2-4: Ancaman Daya Tawar Pembeli.....	43
Tabel 4.2-5: Ancaman Daya Tawar Pemasok.....	44
Tabel 4.2-6: Kesimpulan <i>Porter's Five Forces</i>	45
Tabel 4.3.-1: Kesimpulan <i>VRIO Framework</i> Bigroot.....	48
Tabel 4.5-1: Matriks SWOT.....	52
Tabel 4.5-1: Analisis Matriks SWOT.....	55