

## DAFTAR ISI

	halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
1.5 Sistematika Penelitian.....	17
1.6 Kerangka Konseptual.....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
2.1 Pengertian Pemasaran.....	20
2.2 Pengertian Strategi.....	21
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	21
2.4 Bauran Pemasaran.....	23
2.5 Tinjauan Kajian Terdahulu.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Instrumen pengumpulan data.....	27
3.3 Teknik Analisis Data.....	29
3.3.1 VRIO.....	29
3.3.2 <i>Porter's Five Forces</i> .....	30
3.3.3 <i>Competitive Frame of Reference</i> .....	31
3.3.4 SWOT.....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>

4.1 Analisis Deskriptif.....	36
4.1.1 Analisis Hasil Pembahasan dengan Teori.....	36
4.1.2. Analisis Umum dan Keuangan Perusahaan.....	39
4.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i> .....	43
4.3 Analisis Kerangka Acuan Kompetitif.....	49
4.4 Analisis VRIO.....	50
4.5 Analisis SWOT.....	54
4.6 Matriks SWOT.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>



## DAFTAR GAMBAR

	<b>halaman</b>
Gambar 1.1-1: Gambar Perkembangan Kasus Terkonfirmasi Positif Covid-19 Indonesia.....	1
Gambar 1.1-2: Prediksi Pertumbuhan Penjualan Industri F&B Dunia.....	4
Gambar 1.1-3: Villa D'Equilibrium.....	5
Gambar 1.1-4: Pabrik Pembotolan EQUIL.....	6
Gambar 1.2-1: Gambar Proporsi Pemakaian Air <20 Liter.....	11
Gambar 1.2-2: Top Brand Index <i>Market Share</i> Air Mineral dalam Kemasan....	13
Gambar 1.2-3: Laporan Nielsen mengenai <i>Beverages Share of Throat</i> .....	13
Gambar 1.2-4: Kontribusi Air Mineral dalam Kemasan berdasarkan <i>Channel</i> dan Area.....	14
Gambar 1.2-5: Lima Pemain Tertinggi memegang peranan penting di Industri.	14
Gambar 3.3.1-1: VRIO <i>Framework</i> .....	29
Gambar 3.3.2-1: <i>Porter's Five Forces</i> .....	30
Gambar 3.3.3-1: Penerapan <i>Customer Ratings</i> dalam Kerangka Acuan Kompetitif.....	32
Gambar 3.3.4-1: Pertanyaan Strategis dalam Matriks SWOT.....	33
Gambar 4.1.1-1: <i>Positioning</i> EQUIL.....	38
Gambar 4.1.2-1: Laporan Keuangan Tahunan EQUIL 2020.....	42
Gambar 4.2-1: <i>Porter's Five Forces Framework</i> .....	44
Gambar 4.4-1: Tipe-Tipe Sumber Daya.....	51
Gambar 4.4-2: VRIO <i>Framework</i> .....	51
Gambar 4.5-1: Pertanyaan Strategis dalam Matriks SWOT.....	54

## DAFTAR TABEL

	<b>halaman</b>
Tabel 1.2-1: Perbandingan Kompetitor EQUIL.....	10
Tabel 3.2-1: Pertanyaan <i>Subject Matter Expert</i> .....	28
Tabel 4.1.1-1: Segmentasi EQUIL.....	36
Tabel 4.1.1-2: <i>Targeting</i> EQUIL.....	37
Tabel 4.2-1: Persaingan antara Kompetitor.....	40
Tabel 4.2-2: Ancaman Pendetang Baru.....	41
Tabel 4.2-3: Ancaman Produk Pengganti.....	42
Tabel 4.2-4: Ancaman Daya Tawar Pembeli.....	42
Tabel 4.2-5: Ancaman Daya Tawar Pemasok.....	43
Tabel 4.2-6: Kesimpulan <i>Porter's Five Forces</i> .....	44
Tabel 4.3-1: Peringkat Pelanggan dari Pesaing.....	44
Tabel 4.4.-1: Kesimpulan VRIO <i>Framework</i> EQUIL.....	48
Tabel 4.6-1: Analisis Matriks SWOT.....	55