

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERSETUJUAN DOSEN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	ix
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Definisi Dan Konsep Strategi	17
2.2.2 Pemasaran	24
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	29

2.2.4 Daya saing.....	38
2.2.5 Penjualan.....	43
2.2.6 Hubungan antara strategi pemasaran dengan peningkatan penjualan	48
2.3 Kerangka Berfikir.....	49
2.4 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	52
3.2 Jenis Penelitian.....	52
3.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.3.1 Jenis Data.....	54
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4 Metode Analisis Data	58
3.4.1 Strategi Pemasaran.....	58
3.4.2 Daya Saing.....	59
3.4.3 Penjualan.....	61
3.4.4 Tahap Pengumpulan Data (evaluasi faktor internal dan eksternal)	62
3.4.5 Tahap analisis (Matrik Internal Eksternal, Matrik SWOT)	62
3.4.6 Tahap Pengambilan Keputusan	69
3.5 Jadwal Penelitian.....	71
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1 Sejarah Perusahaan	72
4.1.2 Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	72
4.2 Lokasi Perusahaan.....	73

4.3 Visi Misi dan Budaya Perusahaan.....	73
4.3.1 Visi.....	73
4.3.2 Misi	73
4.3.3 Produk-Produk UD. Yoga Putra Bangkit.....	74
4.3.4 Struktur Organisasi	74
4.3.5 Job description	75
4.3.6 Ketanagakerjaan.....	77
4.3.7 Proses produksi UD. Yoga Putra Bangkit	78
4.3.8 Strategi pemasaran perusahaan yang di terapkan perusahaan	78
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
5.1 Deskripsi Penelitian dan Analisis Data	84
5.2 Hasil Penelitian	85
5.2.1 Strategi Pemasaran.....	85
5.2.2 Daya Saing	87
5.2.3 Penjualan.....	88
5.2.4 Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor internal dan eksternal)	89
5.2.5 Tahap analisis (Matrik internal Eksternal, Matrik SWOT).	94
5.2.6 Tahap Pengambilan Keputusan	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
6.1 Kesimpulan.....	107
6.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Skor skala likert	57
Tabel 3. 2 Implementasi Strategi Pemasaran	58
Tabel 3. 3 Implementasi Daya Saing	59
Tabel 3. 4 Implementasi Penjualan	61
Tabel 3. 5 IFAS	64
Tabel 3. 6 EFAS	66
Tabel 4.1 Produk yang dijual UD. Yoga Putra Bangkit.....	74
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan.....	77
Tabel 4.3 Hari dan Jam Kerja Karyawan UD. Yoga Putra Bangkit	78
Tabel 4.4 Data Biaya Produksi set kursi meja makan.....	80
Tabel 4.5 Data Biaya Produksi set kursi meja tamu	80
Tabel 4.6 Data Biaya Produksi Lemari pakaian.....	81
Tabel 4.7 Data Biaya Produksi Pintu	82
Tabel 4.8 Data Biaya Produksi meja tv	82
Tabel 5.1 PENJUALAN UD. YOGA PUTRA BANGKIT	83
Tabel 5.2 IFAS	94
Tabel 5.3 EFAS	97
Tabel 5.4 MATRIK SWOT.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	49
Gambar 3. 1 DIAGRAM Matrik SWOT.....	68
Gambar 3. 2 ANALISIS SWOT	69
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Yoga Putra Bangkit	75
Gambar 5. 1 ANALISIS SWOT	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara

Lampiran 2 Hasil Wawancara

Lampiran 3 Data Penjualan UD. Yoga Putra Bangkit

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian

Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian

