

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metodologi Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	12
B. Pengertian Strategi Pemasaran	14

C. Manfaat Dan Pentingnya Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan	16
D. Perencanaan Strategi Pemasaraan	19
E. Analisis S.W.O.T	22
F. Segmentasi, Penentuan Pasar, Sasaran dan Penentuan Posisi	27
G. Bauran Pemasaran	32

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah dan Lokasi Perusahaan	35
B. Visi, Misi, Dan Tujuan Perusahaan	42
1. Visi Perusahaan	42
2. Misi Perusahaan	43
3. Tujuan Perusahaan	43
C. Struktur Organisasi Serta Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab	36
D. Target Pasar	51
E. Aktivitas Perusahaan	52
F. Prosedur Penjualan	58
G. Pesaing	59

BAB IV PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA CV. POPULAR

A. Analisis S.W.O.T	62
1. Analisis Kekuatan dan Kelemahan	63

2. Analisis Peluang Dan Ancaman	65
B. Matrik S.W.O.T	67
1. Strategi SO (Strenght – Opportunities)	67
2. Strategi ST (Strenght – Threats)	68
3. Strategi WO (Weakness – Opportunities)	69
4. Strategi WT (Weakness – Threats)	69
C. Sasaran Pemasaran	71
D. Target Pasar	73
E. Perumusan Strategi Pemasaran	74

BAB V **KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan	81
B. Saran-Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Keramik Dinding Vanda Series	4
Tabel 1.2	Penjualan Keramik Dinding Vanda Series	5
Tabel 2.1	Matrik S.W.O.T	25
Tabel 3.1	Target Dan Realisasi Penjualan Keramik Dinding Vanda Series	51
Tabel 3.2	Keramik Mulia Yang Dipasarkan CV. Popular Palembang.....	54
Tabel 3.3	Daftar Harga Keramik Dinding Vanda Series	56
Tabel 4.1	Matrik S.W.O.T	70
Tabel 4.2	Perbandingan Antara Realisasi Penjualan Dan Target Penjualan Terhadap Keramik Dinding Vanda Series	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Dalam segmentasi Pasar Sasaran Dan Positioning	28
Gambar 3.1	Struktur Organisasi CV. Popular Palembang	45