

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan Tugas Akhir .....	ii
Halaman Persembahan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>Abstrak</b>	
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	I-1
1.2. Perumusan Masalah .....	I-2
1.3. Pembatasan Masalah .....	I-3
1.4. Tujuan Penelitian .....	I-3
1.5. Sistematika Laporan .....	I-4
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Konsep Dasar Marketing .....	II-1
2.2. Falsafah Manajemen Pemasaran .....	II-2
2.2.1. Konsep Produksi .....	II-2
2.2.2. Konsep Produk .....	II-2
2.2.3. Konsep Penjualan .....	II-3
2.2.4. Konsep Marketing .....	II-3
2.3. Riset Pemasaran .....	II-3
2.4. <i>Marketing Mix</i> .....	II-4
2.4.1. Pengertian produk .....	II-5
2.4.1.1. Strategi Pemasaran Untuk berbagai Tahap DHP .....	II-10
2.4.2. Pengertian Harga .....	II-19
2.4.3. Distribusi .....	II-21
2.4.4. Promosi .....	II-21
2.5. Pendekatan <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) .....	II-24
2.6. Strategi .....	II-28
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Metode Pengumpulan Data .....	III-1
3.2. Prosedur Pengolahan Data .....	III-2

## **BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1. Keadaan Obyek Penelitian .....	IV-1
4.2. Struktur Organisasi .....	IV-2
4.2.1 Pembagian Tugas dan Wewenang .....	IV-2
4.3. Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	IV-5
4.3.1. Data Penjualan .....	IV-6
4.3.2. Evaluasi Daur Hidup Produk ( <i>Product Life Cycle</i> ) .....	IV-7
4.3.3. Evaluasi Faktor Eksternal .....	IV-9
4.3.4. Evaluasi Faktor Internal .....	IV-11
4.3.5. Profil Kompetitif .....	IV-15
4.3.6. Pembuatan Matriks Boston Consulting (BCG) .....	IV-16
4.3.7. Pengolahan Data Kuesioner .....	IV-24
4.3.7.1. Uji Kecukupan Data .....	IV-24
4.3.7.2. Uji Perhitungan Data Tingkat Kepentingan Produk .....	IV-28

## **BAB V. ANALISIS**

5.1. Evaluasi Produk melalui DHP .....	V-1
5.2. Matriks SWOT .....	V-10
5.3. Matriks BCG .....	V-12
5.4. Analisa Kuesioner .....	V-15
5.5 Strategi .....	V-16
5.6. Usulan Strategi .....	V-16

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan .....	VI-1
6.2. Saran .....	VI-3

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel IV – 1 Data Penjualan Biskuit Interbis Dari Tahun 1998 – 2000 .....	IV – 6
Tabel IV – 2 Tabel Matrik EFE .....	IV – 10
Tabel IV – 3 Pembobotan Faktor Kritis Internal Kompetitor – 1 .....	IV – 12
Tabel IV – 4 Pembobotan Faktor Kritis Internal Kompetitor – 2 .....	IV – 13
Tabel IV – 5 Pembobotan Faktor Kritis Internal Kompetitor – 3 .....	IV – 14
Tabel IV – 6 Pembobotan Kompetitif Profil .....	IV – 16
Tabel IV – 7 Jumlah Penjualan Interbis .....	IV – 17
Tabel IV – 8 Jumlah Penjualan Khong Guan .....	IV – 17
Tabel IV – 9 Jumlah Penjualan Nabisco .....	IV – 18
Tabel IV – 10 Perbandingan Jumlah Penjualan Tahun 1996 .....	IV – 19
Tabel IV – 11 Perbandingan Jumlah Penjualan Tahun 1997 .....	IV – 19
Tabel IV – 12 Perbandingan Jumlah Penjualan Tahun 1998 .....	IV – 20
Tabel IV – 13 Perbandingan Jumlah Penjualan Tahun 1999 .....	IV – 20
Tabel IV – 14 Perbandingan Jumlah Penjualan Tahun 2000 .....	IV – 20
Tabel IV – 15 Perhitungan Korelasi .....	IV – 25
Tabel IV – 16 Perhitungan Bobot Data Kepentingan .....	IV – 29
Tabel V – 1 Matriks Daur Hidup Produk .....	V – 4
Tabel V – 2 Matrik SWOT .....	V – 11
Tabel V – 3 Total Skor IFE .....	V – 12
Tabel V – 4 Perbandingan Laju Pertumbuhan & Pangsa Pasar 3 Komp. ...	V – 13

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Riset Pemasaran .....	II - 4
Gambar 2.2. Siklus Hidup Permintaan .....	II - 10
Gambar 2.3. Daur Hidup Penjualan dan Laba .....	II - 12
Gambar 2.4. Grafik Pertumbuhan Pangsa Pasar Menurut Metode BCG ....	II - 26
Gambar 3.1. Kerangka Metodologi Penelitian .....	III - 7
Gambar 3.2. Urutan Proses Metodologi Penelitian .....	III - 8
Gambar 4.1. Grafik Penjualan Biskuit Interbis Tahun 1998 s.d 2000 .....	IV - 8
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT Interbis Sejahtera .....	
Gambar 4.3. Matriks BCG PT Interbis .....	IV - 21
Gambar 4.4. Matriks BCG PT Khong Guan .....	IV - 22
Gambar 4.5. Matriks BCG PT Nabisco .....	IV - 23
Gambar 5.1. Grafik Penjualan .....	V - 2
Gambar 5.2. Matriks BCG Keseluruhan .....	V - 14

## LAMPIRAN

Lampiran A. Struktur Organisasi PT Interbis Sejahtera

Lampiran B. Lokasi PT Interbis

Lampiran C. Penentuan Bobot Faktor Kritis Eksternal

Lampiran D. Penentuan Bobot Kritis Internal

Lampiran E. Penentuan Profil Kompetitif

Lampiran F. Kuesioner Penelitian

Lampiran G. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap 6 atribut Biskuit Interbis

Lampiran H. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap 6 Atribut Biskuit

KhongGuan

Lampiran I. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap 6 Atribut Biskuit Nabisco

Lampiran J. Perhitungan Data Kepentingan

Lampiran K. Perhitungan Uji Validitas

Lampiran L. Perhitungan Uji Realibilitas