

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-4
1.3 Tujuan Penelitian	I-4
1.4 Batasan Masalah	I-4
1.5 Sistematika Penulisan	I-5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian	
2.1.1 Konsep Inti Pemasaran.....	II-1
2.1.2 Konsep Produk	II-4
2.2 Konsep Pemasaran	II-6
2.3 Konsep Pelanggan	II-7
2.4 Konsep Strategi	II-9
2.5 Konsep Strategi Korporasi	II-11
2.6 Bauran Pemasaran.....	II-19
2.7 Survei Atas Kepuasan Konsumen	II-20
2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	
2.8.1 Uji Validitas Data.....	II-21
2.8.2 Uji Reliabilitas Data.....	II-22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Pengumpulan Data	III-1
3.2 Prosedur Pengolahan Data	III-2
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Visi	IV-1
4.2 Misi	IV-1
4.3 Keadaan Obyek Penelitian	IV-1
4.4 Struktur Organisasi.....	IV-4
4.5 Pengolahan Data Kuesioner	IV-12
4.6 Evaluasi Faktor Eksternal.....	IV-14
4.7 Evaluasi Faktor Internal	IV-16
4.8 <i>Competitive Profile Matrix</i>	IV-20

BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN

5.1 Matriks SWOT	V-1
5.2 Matriks Sembilan Sel Wheelen-Hunger	V-4
5.3 Matriks QSP(<i>Quantitive Strategies Planning</i>).....	V-11

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	VI-1
6.2 Saran.....	VI-2

DAFTAR PUTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
TABEL III.1	Pembobotan Jawaban Kuesioner.....	III-2
TABEL III.2	Matriks Sembilan Sel Wheelen-Hunger.....	III-5
TABEL III.3	Penjabaran Matriks Sembilan Sel W-H.....	III-6
TABEL IV.1	Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	IV-13
TABEL IV.2	Nilai Matriks EFE.....	IV-16
TABEL IV.3	Nilai Matriks IFE(YAMAHA).....	IV-18
TABEL IV.4	Nilai Matriks IFE(HONDA).....	IV-19
TABEL IV.5	Nilai Matriks IFE(SUZUKI).....	IV-19
TABEL IV.6	Nilai Matriks IFE(SANEX).....	IV-20
TABEL IV.7	Skor Matriks CPM(<i>Competitive Profile Matrix</i>).....	IV-21
TABEL V.1	Matriks SWOT.....	V-3
TABEL V.2	Bobot Komponen Harga Produk.....	V-4
TABEL V.3	Bobot Komponen Jumlah <i>Dealer</i>	V-4
TABEL V.4	Bobot Komponen Potensi Penjualan.....	V-4
TABEL V.5	Bobot Komponen Promosi.....	V-5
TABEL V.6	Bobot Komponen Teknologi.....	V-5
TABEL V.7	Bobot Komponen Daya Tarik Industri.....	V-5
TABEL V.8	Skor Komponen Harga Produk.....	V-7
TABEL V.9	Skor Komponen Jumlah <i>Dealer</i>	V-7
TABEL V.10	Skor Komponen Potensi Penjualan.....	V-5
TABEL V.11	Skor Komponen Promosi.....	V-7
TABEL V.12	Skor Komponen Teknologi.....	V-8
TABEL V.13	Kekuatan Bisnis dari Motor Vega.....	V-8
TABEL V.14	Kekuatan Bisnis dari Motor Legenda.....	V-9
TABEL V.15	Kekuatan Bisnis dari Motor Shogun.....	V-9
TABEL V.16	Kekuatan Bisnis dari Motor Sierra.....	V-9
TABEL V.17	Dimensi Daya Tarik Industri.....	V-10
TABEL V.18	Matriks Sembilan Sel Wheelen-Hunger.....	V-10
TABEL V.19	Matriks QSPM.....	V-13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Dasar Pemasaran	II-1
Gambar 2.2 Hubungan antara Industri dengan Pasar	II-4
Gambar 2.3 Kekuatan Persaingan dalam Industri	II-13
Gambar 2.4 Model Strategi Korporasi	II-14
Gambar 3.1 Kerangka Metodologi Penelitian	III-12
Gambar 3.2 Urutan Proses Pengumpulan dan Pengolahan Data	III-13
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	IV-11