

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah .....	4
1.2.1 Perumusan Masalah .....	4
1.2.2 Batasan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kerangka Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	7

2.1.3 Strategi Pemasaran .....	8
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	8
2. Konsep Strategi Pemasaran .....	9
3. Macam-Macam Strategi Pemasaran .....	10
2.1.4 STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> ) .....	10
1. <i>Segmentation</i> .....	11
2. <i>Targeting</i> .....	11
3. <i>Positioning</i> .....	11
2.1.5 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	12
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	12
3. Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	13
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	13
5. Orang ( <i>People</i> ) .....	14
6. Sarana Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	14
7. Proses ( <i>Process</i> ) .....	14
2.1.6 Kekuatan Kompetitif Porter .....	14
1. Ancaman rivalitas yang intens .....	15
2. Ancaman pendatang baru .....	15
3. Ancaman produk pengganti .....	16
4. Ancaman daya tawar pembeli yang semakin besar .....	16
5. Ancaman daya tawar pemasok yang semakin besar .....	16
2.1.7 SWOT ( <i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threath</i> ) .....	17
1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ) .....	18
2. Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) .....	18
3. Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....	18
4. Ancaman ( <i>Threath</i> ) .....	18

2.1.8 Matriks Faktor Strategi Internal dan Eksternal .....	19
1. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	19
2. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	20
2.1.9 Diagram Analisis SWOT, Matriks IE, Matriks SWOT .....	21
1. Diagram Analisis SWOT .....	22
2. Matriks IE .....	23
3. Matriks SWOT .....	27
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.3.1 Jenis Datar.....	30
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.4 Instrumen Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Penelitian Kepustakaan .....	36
3.5.2 Penelitian Lapangan .....	36
1. Observasi .....	37
2. Wawancara .....	37
3. Kuesioner.....	38
3.6 Teknik Analisa Data.....	38
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	38
3.6.2 Analisis SWOT .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1 Sejarah Singkat PT Arthamuat Pramindo Utama.....	41

4.1.2	Visi dan Misi PT Arthamuat Pramindo Utama .....	41
4.1.3	Struktur Organisasi PT Arthamuat Pramindo Utama .....	42
4.2	Analisis STP PT Arthamuat Pramindo Utama.....	44
4.3	Analisis Bauran Pemasaran PT Arthamuat Pramindo Utama.....	45
4.3.1	Produk ( <i>Product</i> ).....	46
4.3.2	Harga ( <i>Price</i> ).....	47
4.3.3	Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ).....	48
4.3.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	49
4.3.5	Orang ( <i>People</i> ).....	50
4.3.6	Sarana Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	50
4.3.7	Proses ( <i>Process</i> ).....	52
4.4	Analisis Kekuatan Kompetitif PT Arthamuat Pramindo Utama.....	54
4.4.1	Persaingan Industri.....	55
4.4.2	Pendatang Baru .....	55
4.4.3	Produk Pengganti .....	56
4.4.3	Daya Tawar Pembeli .....	56
4.4.5	Daya Tawar Pemasok.....	56
4.5	Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal .....	57
4.5.1	Analisis Faktor Strategis Internal.....	57
1.	Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) .....	57
2.	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	60
4.5.2	Analisis Faktor Strategis Eksternal .....	62
1.	Peluang ( <i>Opportunities</i> ) .....	62
2.	Ancaman ( <i>Threats</i> ).....	64
4.6	Analisis Matriks Faktor Strategis Internal dan Eksternal .....	66
4.6.1	Analisis Matriks Faktor Strategis Internal (IFAS).....	69
4.6.2	Analisis Matriks Faktor Strategis Eksternal (EFAS) .....	71

4.7 Diagram Analisis SWOT, Matriks IE, Matriks SWOT, dan Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT.....	72
4.7.1 Diagram Analisis SWOT .....	72
4.7.2 Matriks IE .....	74
4.7.3 Matriks SWOT .....	75
4.7.4 Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
1. Faktor Strategis Internal dan Eksternal PT APU .....	81
2. Strategi Pemasaran PT APU .....	82
5.2 Saran.....	82

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN