

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR EKSEKUTIF	i
<i>EXECUTIVE SHEET</i>.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	4
1. Tujuan Penulisan.....	4
2. Manfaat Penulisan.....	4
 BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENULISAN	 6
A. Kajian Teoritis	6
1. Definisi Produk	6
2. Definisi Manajemen Pemasaran.....	7
3. Strategi Pemasaran	11
4. Bauran Pemasaran.....	12
5. Analisis SWOT	13
B. Kerangka Berfikir	15
C. Metodologi	24
 BAB III PEMBAHASAN	 25
A. Deskripsi Kasus	25
B. Analisis Kasus	26
 BAB IV KESIMPULAN	 39
A. Kesimpulan	39
B. Saran	40
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel II.1 Perbedaan Penjualan dan Pemasaran	10
Tabel II.2 Perubahan 4P Modern dan Klasik	13
Tabel II.3 Matrix Tingkat Kepentingan	14
Tabel II.4 Matrix SWOT	15
Tabel II.5 Uraian Elemen Pemasaran.....	18
Tabel III.1 Analisis Kualifikasi Produk	28
Tabel III.2 Analisis Kualifikasi Harga	29
Tabel III.3 Analisis Kualifikasi Promosi	30
Tabel III.4 Analisis Kualifikasi Tempat	32
Tabel III.5 Hasil Akhir Analisis.....	33
Tabel III.6 Tabel Akhir SWOT	36

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar I.1 Penjualan Retail Online	2
Gambar II.1 Kontinium Barang dan Jasa	6
Gambar II.2 Pengelolaan Marketing	8
Gambar II.3 Langkah Desain Strategi Pemasaran	11
Gambar II.4 Strategi Pemasaran	14
Gambar II.5 Elemen Komunikasi Pemasaran	18
Gambar II.6 Poster Iklan Apple Store	21
Gambar II.7 Kantor Pusat PT.Abadi Kokoh Insani	24
Gambar III.1 Logo Produk Perusahaan	25
Gambar III.2 Komponen 4P	26
Gambar III.3 Hasil Produksi Perusahaan	27
Gambar III.4 Saluran Pemasaran Konsumen	31
Gambar III.5 Positioning Akhir Perusahaan	38