

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL, DAFTAR GAMBAR, DAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II KERANGKA TEORI.....	4
2.1. Produk.....	4
2.1.1 Pengertian Produk.....	4
2.1.2 Pengelompokan Produk.....	4
2.1.3 Pengembangan Produk.....	6
2.1.4 Tahap-Tahap Pengembangan Produk.....	7
2.2. Promosi.....	8
2.2.1 Pengertian Promosi.....	8

2.2.2 Bauran Promosi.....	8
2.2.3 Tujuan Promosi.....	10
2.3. Volume Penjualan.....	11
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran.....	12
2.5. Manajemen Strategi.....	16
2.5.1 Strategi Perusahaan.....	16
2.5.2 Pentingnya Strategi Perusahaan.....	18
2.5.3 Tipe-Tipe Strategi Tingkat Bisnis.....	19
2.5.4 Penyusunan Strategi.....	21
2.6. Matrik SWOT.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Obyek Penelitian.....	31
3.2. Data dan Sumber Data.....	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4. Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....	32
3.4.1 Analisis Statistik.....	32
3.4.2 Analisis SWOT.....	37
3.5. Kerangka Pemecahan Masalah.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Pengumpulan Data.....	40
4.1.1 Pengembangan Produk.....	40
4.1.2 Promosi	41
4.1.3 Volume Penjualan.....	42
4.2. Pengolahan Data.....	43
4.2.1 Pengolahan dan Analisis Statistik.....	43

4.2.2 Pengolahan dan Analisis SWOT.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	