

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Masalah Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penyusunan Rencana Pemasaran	6
1.5 Manfaat Penyusunan Rencana Pemasaran	6
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	7
2.1 Rencana Pemasaran.....	7
2.1.1 Manfaat Rencana Pemasaran	8
2.2 Struktur Rencana Pemasaran.....	9
2.2.1 Analisis Industri	9

2.2.2 Analisis Konsumen	11
2.2.3 Analisis Pesaing	13
2.2.4 <i>Segmentation, Targeting, dan, Positioning</i>	16
2.2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Jenis Data	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Metode Analisis Data	28
3.5 Profil Narasumber	30
3.6 Panduan Wawancara	31
3.7 Latar Belakang Perusahaan	32
3.8 Struktur Organisasi PT MMKSI	33
3.9 Produk Mitsubishi di Indonesia	34
3.10 Mitsubishi Xpander.....	35
BAB IV LINGKUNGAN MAKRO DAN ANALISIS PASAR	36
4.1 Karakteristik Pasar Kendaraan <i>Small MPV</i>	36
4.2 Analisis Lingkungan Makro.....	39
4.3 Potensi Pasar Kendaraan <i>Small MPV</i>	47
4.3.1 Area Permintaan Kendaraan <i>Small MPV</i>	49
4.3.2 Pengelompokan Jenis Konsumen Kendaraan Penumpang	51
BAB V ANALISIS KONSUMEN DAN PESAING.....	54
5.1 Analisis Konsumen	54

5.1.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen <i>Small MPV</i>	54
5.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	57
5.1.3 Hirarki Kebutuhan Konsumen Menurut Abraham Maslow.....	61
5.2 Persaingan Kendaraan di Segmen <i>Small MPV</i>	64
5.3 Analisis Industri Pasar <i>Small MPV</i> berdasarkan Model Persaingan Porter	68
BAB VI ANALISIS SWOT, TARGETING, DAN POSITIONING	76
6.1 Analisis SWOT (<i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	76
6.2 Strategi Pasar <i>Targeting</i>	79
6.3 Strategi Pasar <i>Positioning</i>	82
6.4 Strategi Bauran Pemasaran	84
6.4.1 Strategi Produk (<i>Product</i>)	85
6.4.2 Strategi Harga (<i>Price</i>)	87
6.4.3 Strategi Tempat (<i>Place</i>)	88
6.4.4 Strategi Promosi (<i>Promotion</i>)	89
BAB VII ACTION PLAN.....	100
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Kendaraan Penumpang di Indonesia 2016-2018	2
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	31
Tabel 4.1 Pertumbuhan PDB Negara-Negara Utama dan Dunia.....	39
Tabel 4.2 Penyebaran Area Penjualan Kendaraan <i>Small</i> MPV	50
Tabel 7.1 Program Rencana Pemasaran Mitsubishi Xpander	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Segmentasi Kendaraan Penumpang di Indonesia	2
Gambar 1.2 Strategi Produk Kendaraan Penumpang	4
Gambar 2.1 Model <i>Five Forces Porter's Analysis</i>	9
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran	22
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT MMKSI	33
Gambar 3.2 Jenis Kendaraan Mitsubishi Motors di Indonesia	34
Gambar 4.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	40
Gambar 4.2 Laporan Inflasi (Index Harga Konsumen)	40
Gambar 4.3 Penggunaan KOL Sebagai Media <i>Word of Mouth</i>	43
Gambar 4.4 Penggunaan Aplikasi Online di Indonesia	44
Gambar 4.5 Perbandingan Jumlah <i>Followers Instagram</i>	45
Gambar 4.6 Perbandingan Jumlah <i>Followers Facebook</i>	45
Gambar 4.7 Perbandingan Jumlah <i>Followers Twitter</i>	45
Gambar 4.8 Aplikasi <i>My Mitsubishi</i>	46
Gambar 4.9 Angka Kepemilikan Kendaraan Penumpang	48
Gambar 4.10 Permintaan Kendaraan Penumpang Berdasarkan Segmen	49
Gambar 5.1 Desain Kendaraan <i>Small MPV</i>	61
Gambar 5.2 Tingkat Kebutuhan Seseorang Menurut Maslow	62
Gambar 5.3 Volume dan Posisi Harga Segmen <i>Small MPV</i>	67
Gambar 5.4 Model <i>Five Forces Porter's Analysis</i>	68
Gambar 5.5 Peluncuran Kompetitor	69

Gambar 5.6 Pertumbuhan Penjualan Wuling.....	71
Gambar 5.7 Produk Aliansi Mitsubishi Xpander dan Nissan Livina.....	72
Gambar 6.1 Kegiatan Joint Promotion dengan Dipo Star Finance	91
Gambar 6.2 <i>Special Exhibition</i> PT MMKSI	92
Gambar 6.3 Partisipasi GILAS PT MMKSI	93
Gambar 6.4 TVC Mitsubishi Xpander	95
Gambar 6.5 Kerjasama PT MMKSI dengan PT Garuda Indonesia	98
Gambar 6.6 Kegiatan <i>Media Gathering</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara	111
-----------------------------------	-----