

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka.....	3
1. Kosmetik.....	3
2. Pemasaran.....	5
3. Bauran Pemasaran	7
4. Strategi Pemasaran.....	8
5. Audit Eksternal	10
6. Porter's <i>Five Competitive Forces</i>	11
7. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> , <i>External Factor Evaluation</i> dan <i>Internal-External</i> 13	13
8. Industri Kosmetika.....	15
F. Landasan Teori	16
G. Kerangka Konsep Penelitian	19
H. Keterangan Empirik	20
BAB II.....	21
METODE PENELITIAN	21
A. Rancangan Penelitian.....	21
B. Subyek Penelitian.....	22
C. Instrumen Penelitian	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Jalannya Penelitian.....	26

F. Analisis Data	27
1. Model interaktif (Analisis deskriptif strategi pemasaran)	27
2. Analisis Matriks <i>internal factor evaluation</i> , <i>external factor evaluation</i> dan <i>internal-external</i>	28
BAB III	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum dan Sejarah CV An Naufa	35
B. Analisis Faktor Strategis Internal	37
1. Kekuatan	37
2. Kelemahan	38
C. Analisis Faktor Strategis Eksternal	42
1. Peluang	42
2. Ancaman	43
D. Hierarki Strategi	46
E. Analisis <i>Segmentation</i> , <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	48
F. Analisis Bauran Pemasaran	51
1. Produk	52
2. Harga	53
3. Distribusi	53
4. Promosi	55
5. Perbandingan dengan industri kosmetik lain	56
G. Analisis Porter's Five forces of Competition	58
1. Ancaman Pendatang Baru	58
2. Ancaman Daya Tawar Konsumen	59
3. Ancaman Pemasok Bahan Baku	60
4. Ancaman dalam Industri Kosmetik	60
5. Ancaman Produk Pengganti Kosmetik	61
H. Analisis <i>Politic</i> , <i>Economy</i> , <i>Social</i> dan <i>Technology</i>	62
1. Politik	63
2. Ekonomi	64
3. Sosial	64
4. Teknologi	65
I. Analisis <i>Internal External</i>	66
Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik pada CV An Naufa di Kabupaten Bantul	67
J. Keterbatasan Penelitian	69
BAB IV	70
KESIMPULAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71



Daftar Pustaka	72
Lampiran 1. Pedoman wawancara.....	75
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	81
Lampiran 3. Kuesioner Faktor Strategis Internal dan Eksternal.....	98
Lampiran 4. Surat Keterangan Selesai Penelitian	104