

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Lingkup Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8

2.1.1	Rencana pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2	Analisis Situasi	111
2.1.3	Strategi Rencana pemasaran	27
2.1.4	Evaluasi dan Manajemen Kontrol	34
2.2	Kajian Penelitian Terdahulu	35
2.3	Kerangka Penelitian	39
BAB III		40
METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN		40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Jenis Data	42
3.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.4	Instrumen Penelitian	45
3.5	Metode Analisis Data	50
3.6	Profil Narasumber	52
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.8	Batasan Penelitian	53
BAB IV		54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Latar Belakang Perusahaan	54
4.2.1	Analisis Makro Ekonomi	55
1)	Politik	55
2)	Ekonomi	56
3)	Sosial	58

4) Teknologi.....	59
5) Lingkungan.....	59
6) Legal.....	60
4.2.2 Analisis Segmentasi Pasar	60
1) Geografis	61
2) Demografis.....	62
3) Perilaku Konsumen	62
4) Profil Konsumen.....	63
4.2.3 Analisis Industri.....	64
1) Ancaman Produk Pengganti	64
2) Ancaman Pendetang Baru	65
3) Persaingan Dengan Pesaing.....	65
4) Daya Tawar Pemasok	66
5) Daya Tawar Konsumen	66
4.2.4 Analisis Persaingan.....	67
4.2.5 Analisis Keunggulan Kompetitif	68
4.2.6 Analisis KKPA	69
1) Kekuatan.....	70
2) Kelemahan.....	70
3) Peluang	72
4) Ancaman.....	72
BAB V STRATEGI RENCANA PEMASARAN	74
5.1 Strategi Rencana pemasaran.....	74

5.1.1	Strategi Pasar Sasaran	74
5.1.2	Strategi Pemosisian Pasar	77
5.1.3	Strategi Bauran pemasaran.....	78
5.2	Proyeksi Penjualan	82
5.2.1	Proyeksi Biaya atau Anggaran Promosi.....	82
5.2.2	Proyeksi Margin Keuntungan	83
5.3	Program Rencana Pemasaran	85
5.4	Evaluasi dan Manajemen Kontrol	87
5.5	Kesimpulan.....	88
5.6	Keterbatasan	91
5.7	Implikasi	901
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN I	94
	HASIL WAWANCARA.....	94
	LAMPIRAN II.....	138
	DAFTAR PRODUK TOKO UMI SHOP.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara	46
Tabel 3.1 Lanjutan Daftar Pertanyaan	47
Tabel 3.1 Lanjutan Daftar Pertanyaan	48
Tabel 3.1 Lanjutan Daftar Pertanyaan	49
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen Toko Umi Shop.....	49
Tabel 3.2 Lanjutan Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen Toko Umi Shop.....	49
Tabel 4.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2010 – 2018.....	57
Tabel 5.1 Tentang Omzet Toko Umi Shop 2015 - 2018	82
Tabel 5.2 Tentang Biaya Pemasaran Toko Umi Shop	83
Tabel 5.3 Program Rencana Pemasaran Toko Umi Shop.....	86

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet 2018</u>	2
<u>Gambar 1.2 Kontribusi Pengguna Internet per Wilayah dari Seluruh Pengguna Internet</u>	3
<u>Gambar 2.1 Model Analisis Lingkungan Makro</u>	15
<u>Gambar 2.2 Model Analisis Porter 5 Kekuatan</u>	21
<u>Gambar 2.3 Komponen Bauran Pemasaran</u>	29
<u>Gambar 2.4 Proses Pembuatan Rencana Pemasaran</u>	39
<u>Gambar 3.1 Proses Riset Kualitatif</u>	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil wawancara dengan narasumber	94
Lampiran 2: Daftar harga produk Toko Umi Shop.....	138