

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR ISTILAH	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kerangka Penelitian	7
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	9
2.1 Kondisi Umum	9
2.2 Tinjauan Pustaka	13
2.2.1 Pemasaran Internasional	13
2.2.2 Strategi Pemasaran Untuk Memasuki Pasar Internasional	14
2.2.3 Strategi Pemasaran (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	15
2.2.4 Strategi Bauran Pemasaran	20
2.2.5 Hambatan Dalam Pemasaran Internasional	26
2.3 Keaslian Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Definisi Operasional Variabel	30
3.5 Teknik Analisis Data	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Profil Objek Penelitian	36
4.2 Analisis Data	37
4.2.1 Strategi Pemasaran Untuk Memasuki Pasar Internasional.....	37

4.2.2	Strategi Pemasaran STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	38
4.2.3	Strategi Bauran Pemasaran 4P	42
4.2.4	Hambatan Dalam Pemasaran Internasional	49
4.3	Pembahasan	51
4.3.1	Penerapan Strategi Pemasaran CV Pondok Daya Untuk Memasuki Pasar Internasional	51
4.3.2	Penerapan Strategi Pemasaran STP CV Pondok Daya	53
4.3.3	Penerapan Strategi Bauran Pemasaran CV Pondok Daya.....	56
4.3.4	Hambatan CV Pondok Daya Dalam Pemasaran Internasional	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		68