



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	3
1.1.1.1 Pemain Utama Dalam Industri .....	3
1.1.1.2 Sasaran Utama.....	4
1.1.1.3 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	6
1.1.2 Analisis Lingkungan Internal .....	8
1.1.2.1 Profil Perusahaan .....	8
1.1.2.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	12
1.2 Rumusan Masalah .....	13



1.3	Pertanyaan Penelitian .....	15
1.4	Tujuan Penelitian .....	16
1.5	Manfaat Penelitian .....	17
1.6	Sistematika Penulisan .....	17
 <b>BAB II TINJAUAN LITERATUR.....</b>		<b>19</b>
2.1	Tinjauan Pustaka .....	19
2.1.1	Profil Produk .....	19
2.1.2	Jenis Minuman Kesehatan.....	20
2.2	Model Teoritikal.....	23
2.2.1	Perencanaan.....	24
2.2.2	Pemasaran .....	26
2.2.3	<i>Marketing Plan</i> .....	27
2.2.4	Analisis SWOT .....	32
2.2.5	Analisis Strategi .....	34
2.2.5.1	Analisis Pestel .....	34
2.2.5.2	Analisis Five Forces Model .....	38
 <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
3.1	Desain Penelitian .....	41
3.2	Sumber Data.....	42
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4	Metode Analisis Data.....	46



<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA</b> .....	<b>48</b>
4.1 Analisis Lingkungan .....	48
4.1.1 Analisis PESTEL.....	49
4.1.1.1 Faktor Politik.....	49
4.1.1.2 Faktor Ekonomi .....	51
4.1.1.3 Faktor Sosial dan Budaya.....	54
4.1.1.4 Faktor Teknologi .....	55
4.1.1.5 Faktor Lingkungan .....	56
4.1.1.6 Faktor Legal.....	57
4.2 Analisis Pasar.....	57
4.3 Analisis Konsumen .....	59
4.4 Analisis Pesaing .....	62
4.4.1 <i>Five Forces Model</i> .....	63
4.4.1.1 Persaingan antar pelaku bisnis.....	63
4.4.1.2 Ancaman Produk Substitusi .....	67
4.4.1.3 Ancaman dari Kompetitor Baru .....	69
4.4.1.4 Kekuatan Tawar Menawar dari Konsumen.....	70
4.4.1.5 Kekuatan Tawar Menawar dari Pemasok.....	70
4.4.2 Analisis SWOT.....	71
4.4.2.1 <i>Strength</i> .....	72
4.4.2.2 <i>Weakness</i> .....	73
4.4.2.3 <i>Opportunities</i> .....	74



4.4.2.4 <i>Threats</i> .....	76
4.4.3 Strategi Posisi Persaingan.....	77
4.5 Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	79
4.5.1 Segmenting .....	79
4.5.2 Targeting.....	81
4.5.3 Positioning .....	81
4.5.3.1 Titik Kesamaan / <i>Points of Parity</i> .....	83
4.5.3.2 <i>Points of Differences</i> .....	84
4.6 Bauran Pemasaran.....	85
4.6.1 Produk.....	85
4.6.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	88
4.6.3 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	91
4.6.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	92
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>100</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Indeks Persepsi Korupsi .....	52
Tabel 4.2	Pertumbuhan PDB Per Kuartal 2009-2016 .....	54
Tabel 4.3	Persentase Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang dan Daerah Tempat Tinggal Tahun 2016 .....	62
Tabel 5.1	Rencana Jangka Pendek Myheartbeat .....	101
Tabel 5.2	Rencana Jangka Panjang Myheartbeat .....	109



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2	Logo Myheartbeat .....	12
Gambar 2.1	Kerangka Pestel .....	39
Gambar 4.1	Persentase Minat Konsumen Myheartbeat .....	63
Gambar 4.2	Persentase Frekuensi Pembelian Produk Myheartbeat .....	64
Gambar 4.3	Livo Diet Center .....	67
Gambar 4.4	Produk Sporty Juice .....	67
Gambar 4.5	Produk BeFit Kitchen .....	68
Gambar 4.6	Analisis SWOT Myheartbeat .....	73
Gambar 4.7	Produk Inti Myheartbeat .....	86
Gambar 4.8	Produk Formal Myheartbeat .....	87
Gambar 4.9	Produk Tambahan Myheartbeat .....	87
Gambar 4.10	Daftar Harga Myheartbeat .....	89
Gambar 4.11	Persentase Kepuasan Konsumen Terhadap Harga Yang Ditawarkan .....	90
Gambar 4.12	<i>Voucher</i> Myheartbeat .....	92
Gambar 4.13	<i>Event Day</i> .....	92
Gambar 4.14	Paket Lebaran Myheartbeat .....	93
Gambar 4.15	<i>Sahur Package</i> .....	94
Gambar 4.16	<i>Endorser</i> Myheartbeat .....	95
Gambar 4.17	Persentase Penerimaan Sumber Informasi Produk Myheartbeat .....	96
Gambar 4.18	Persentase Akses Informasi Myheartbeat .....	97



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Kuesioner .....	109
Lampiran 2	Hasil Analisis Kuesioner .....	113
Lampiran 3	Hasil Wawancara dengan Pemilik dan Konsumen Myheartbeat .....	118