

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DATTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Pembatasan Masalah.....	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Siklus Hidup Produk.....	10
2.2. Penentuan Posisi Produk Pada Siklus Hidup Produk.....	14
2.3. Strategi Pada Setiap Siklus Hidup.....	16
2.4. Penelitian Sebelumnya.....	35

BAB III METODA PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN

3.1.	Metoda Penelitian.....	39
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	39
3.1.2.	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.1.3.	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.1.5.	Metode Analisis Data.....	41
3.1.6.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

	Profil Perusahaan.....	44
4.1.	Profil Narasumber.....	48
4.2.	Analisis Hasil Penelitian.....	49
4.2.1.	Karakteristik dan Tujuan Pemasaran Cat Premio.....	49
4.2.2.	Posisi Cat Premio dalam Siklus Hidup Produk.....	58
4.2.3.	Strategi Bauran Pemasaran Cat Premio.....	63
4.3.	Analisis dan Intepretasi Hasil.....	77

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Simpulan.....	84
5.2.	Saran.....	85
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	87

	DAFTAR PUSTAKA.....	88
--	---------------------	----

	LAMPIRAN – HASIL SURVEI.....	90
--	------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ikhtisar Karakteristik Siklus Hidup Produk.....	14
Tabel 2.2. Tujuan Pemasaran Pada Tahap Siklus Hidup Produk.....	34
Tabel 2.3. Strategi Pemasaran Pada Tahap Siklus Hidup Produk.....	34
Tabel 2.4. Hasil Penelitian Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Siklus Hidup Produk.....	35
Tabel 2.5. Jurnal Yang Berkaitan dengan Siklus Hidup Produk.....	37
Tabel 4.1. Perhitungan dengan Metode Polli dan Cook.....	60
Tebal 4.2. Harga Jual Produk Cat Premio Produksi Masal.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Umum Siklus Hidup Produk.....	10
Gambar 4.1. Penjualan Produk Cat Premio dari Tahun 2008-Januari 2013..	50
Gambar 4.2. Pembagian Cat Dekoratif Berdasarkan Segmennya.....	52
Gambar 4.3. Pangsa Pasar Cat Dekoratif Di Indonesia Berdasarkan % Nilai	55
Gambar 4.4. Pangsa Pasar Cat Dekoratif Di Indonesia Berdasarkan % Jumlah Cat yang Dihasilkan.....	56
Gambar 4.5. Kurva Posisi Cat Premio pada Siklus Hidup Produk.....	62
Gambar 4.6. Varian Produk Cat Premio.....	66
Gambar 4.7. Contoh Iklan Cat Premio.....	73
Gambar 4.8. Contoh Gambar Promosi Cat Premio.....	74
Gambar 4.9. Pelatihan Colorist PT. Rajawali Hiyoto.....	76
Gambar 4.10. Kinerja Penjualan Cat Premio oleh Pusat (dalam ribuan lt/kg).....	80