

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.2. Landasan Teori	6
2.2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.2.2. Bauran Pemasaran	10
2.2.3. Analisis SWOT	24
2.3. Hipotesa	28
BAB III. METODE LOGI PENELITIAN	29
3.1. Metode Dasar	29
3.2. Teknik Pengumpulan Data	29
3.3. Metode Analisis	30
BAB IV. PROFIL PERUSAHAAN	33
4.1. Sejarah Berdirinya PT. Nyonya Meneer.....	33

4.2. Lokasi Perusahaan	38
4.3. Struktur Organisasi PT. Nyonya Meneer	41
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
5.1. Proses Produksi	44
5.2. Manajemen Sumber Daya Manusia	47
5.3. Sistem Distribusi Pemasaran	47
5.4. Faktor-faktor dari SWOT	49
5.4.1. Faktor Kekuatan yang Dimiliki oleh PT. Nyonya Meneer	49
5.4.2. Faktor Kelemahan yang Dimiliki oleh PT. Nyonya Meneer	55
5.4.3. Peluang yang Dimiliki oleh PT. Nyonya Meneer	56
5.4.4. Ancaman yang ada pada PT. Nyonya Meneer	59
5.5. Analisis SWOT	61
5.6. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Nyonya Meneer pada saat sekarang	65
5.6.1. Strategi Pengembangan Produk	65
5.6.2. Harga	66
5.6.3. Promosi	67
5.6.4. Distribusi	67
5.7. Strategi Pemasaran yang perlu diterapkan dalam pemasaran produk jamu PT. Nyonya Meneer	68
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1. Kesimpulan	71
6.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pembagian Produk Menurut Kotler	79
Lampiran 2: Laporan EDR.....	80
Lampiran 3: Struktur Organisasi	83