

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	6

1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	7
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	7
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	8

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Strategi Pemasaran .....	10
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	10
2.1.2 Faktor-Faktor Strategi Pemasaran .....	12
2.1.3 Macam-Macam Strategi Pemasaran .....	14
2.1.4 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran .....	19
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan.....	34
3.5 Teknik Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis SWOT .....	39
3.5.2 Pembuatan Diagram SWOT-4K.....	45
3.5.3 Pembuatan Matriks SWOT.....	48
3.6 Metode Pengecekan Keabsahan Data.....	49
3.6.1 Triangulasi .....	50

3.6.2	Menggunakan Bahan Referensi.....	50
3.6.3	Meningkatkan Ketekunan.....	50

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung .....	51
4.1.1	Sejarah PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung .....	51
4.1.2	Visidan Misi Perusahaan .....	52
4.1.3	Bidang Usaha/Kegiatan Usaha Perusahaan.....	53
4.1.4	Struktur Organisasi .....	54
4.1.4.1	Struktur Organisasi.....	54
4.2	Strategi Pemasaran Produk Oreo pada PT CSA Cabang Lampung .....	58
4.2.1	Marketing MIX (4P) .....	58
4.2.1.1	Strategi Produk (Product).....	58
4.2.1.2	Strategi Harga (Price).....	58
4.2.1.3	Strategi Lokasi (Place) .....	59
4.2.1.4	Strategi Promosi (Promotion).....	59
4.2.2	Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT.....	59
4.2.2.1	Kekuatan (Strenghts).....	59
4.2.2.2	Kelemahan (Weakness).....	60
4.2.2.3	Peluang (Opportunities) .....	60
4.2.2.4	Ancaman (Threats) .....	60
4.3	Analisis Data.....	61
4.3.1	Analisis Strategi Faktor IFAS.....	61
4.3.2	Analisis Strategi Faktor EFAS .....	67
4.3.3	Diagram SWOT-4K.....	72
4.3.4	Matriks SWOT .....	74
4.4	Pembahasan .....	75

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran .....	85
5.2.1	Bagi PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung .....	85

5.2.2 Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>