

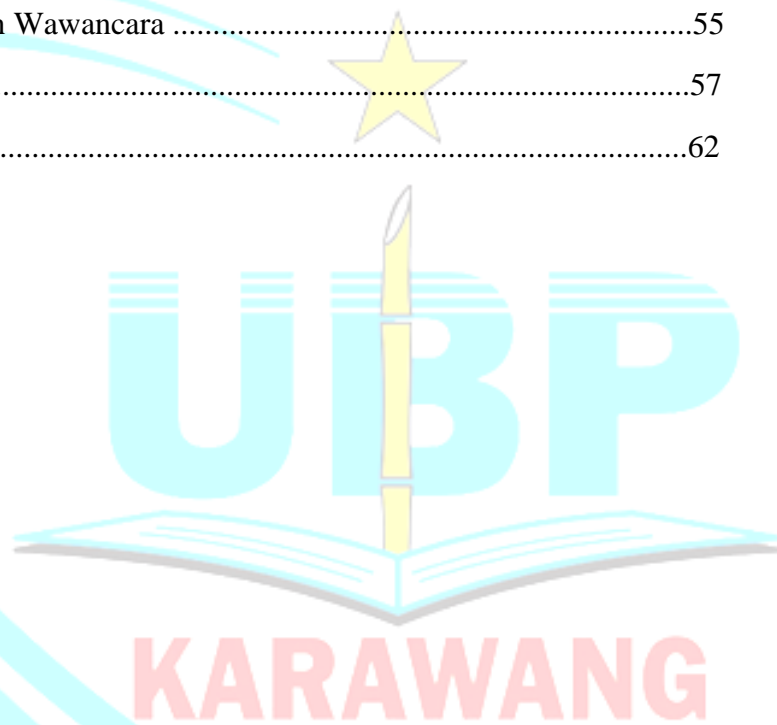
DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| MOTO & PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5 Batasan Masalah | 10 |
| 1.6 Asumsi | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1 Pemasaran | 12 |
| 2.2 Sasaran Pemasar, Memposisikan dan Menyegmentasi..... | 14 |
| 2.3 Strategi Pemasaran..... | 15 |
| 2.3.1 Pengertian Strategi | 15 |
| 2.3.2 Pengertian Strategi Pemasaran..... | 16 |
| 2.3.3 Konsep Strategi Pemasaran..... | 17 |
| 2.2.4 Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran..... | 20 |
| 2.3.5 Faktor Pengaruh Strategi Pemasaran | 20 |
| 2.4 Strategi Pemasaran Jasa | 22 |
| 2.5 Strategi Pengembangan Pasar | 23 |
| 2.6 SOAR (<i>Strengths, Oportunities, Aspirations, Results</i>)..... | 24 |
| 2.6.1 Perbedaan Analisis SOAR dan SWOT | 25 |
| 2.6.2 Elemen SOAR..... | 26 |
| 2.6.3 Tahap Analisis SOAR..... | 27 |
| 2.6.4 Diagram Analisis SOAR..... | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6.5 Matrik SOAR..... | 29 |
| 2.7 Penelitian Terkait..... | 30 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 36 |
| 3.1 Objek dan subjek Penelitian..... | 36 |
| 3.2 Prosedur Penelitian..... | 36 |
| 3.2.1 Populasi..... | 39 |
| 3.2.2 Sample..... | 39 |
| 3.3 Data dan Informasi..... | 39 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.5 Uji Validitas..... | 40 |
| 3.6 Uji Realibilitas..... | 41 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 41 |
| 3.7.1 Tahap Keputusan..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 4.1 Gambaran Umum..... | 43 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan..... | 43 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi FIF Karawang Cabang Cikampek..... | 44 |
| 4.1.3 Visi dan Misi FIF..... | 45 |
| 4.1.4 Struktur Group PT Astra International Tbk..... | 45 |
| 4.1.5 Struktur Kepemilikan..... | 45 |
| 4.1.6 Daftar Entitas Anak Dan / Asosiasi..... | 47 |
| 4.1.7 Struktur Organisasi FIF Group..... | 47 |
| 4.2 Penyajian Data..... | 48 |
| 4.2.1 Pedoman Pembuatan Pertanyaan Wawancara..... | 49 |
| 4.2.2 Data Pegawai FIF Karawang Cabang Cikampek..... | 49 |
| 4.3 Kuisisioner..... | 51 |
| 4.4 Analisis SOAR Dalam Menentukan Strategi Pemasaran..... | 52 |
| 4.5 Hasil Analisis SOAR..... | 59 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 60 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 60 |
| 5.2 Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 1.2 Data Pangsa Pasar Sesama Dealer Honda Karawang | 3 |
| 2.1 Diagram Analisis SOAR | 30 |
| 2.2 Matrik Analisis Soar | 31 |
| 2.3 Tabel Penelitian Terdahulu..... | 36 |
| 4.2.2 Tabel Data Kepegawaian FIF Karawang Cabang Cikampek | 55 |
| 4.2.3 Tabel Instrumen Wawancara | 55 |
| 4.3 Tabel Kuisisioner..... | 57 |
| 4.4 Matrix SOAR | 62 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik Perbandingan penjualan motor Honda & Yamaha | 2 |
| Gambar 1.1 Grafik Perbandingan penjualan motor Honda & Yamaha | 2 |
| Gambar 2.1 Perkembangan majemen Pemasaran..... | 7 |
| Gambar 2.2 Faktor Lingkungan yang Mempengaruhi Pemasaran | 17 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran | 39 |
| Gambar 3.1 Prosedur Penelitian | 43 |

