

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Judul skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Berita Acara Ujian Skripsi	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Batasan masalah dan Asumsi	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian dan Definisi Manajemen Pemasaran	10

2.2.2	Konsep Pemasaran	18
2.2.3	Pengertian Strategi Pemasaran dan Manajemen Strategi	20
2.2.4	Analisis Strategik	27
2.2.5	Analisa MDTI	40

BAB III PERUM PERUMNAS REGIONAL-V YOGYAKARTA

3.1.	Gambaran Umum Perusahaan	47
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	47
3.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	54
3.1.3	SDM	69
3.1.4	Perencanaan dan Produksi	70
3.1.5	Ragam Produk	71
3.1.6	Pemasaran dan Penjualan	72
3.1.7	Proses KPR	75
3.2.	Metode Penelitian	76
3.3.	Populasi	77

BAB IV ANALISIS DATA

4.1.	Identifikasi dan Penilaian Variabel Eksternal Perusahaan ...	79
4.2.	Hasil Penelitian dari Variabel Eksternal	82
4.3.	Identifikasi dan Penilaian Variabel Internal Perusahaan	87
4.4.	Hasil Penelitian dari Variabel Internal	90
4.5.	Menentukan Posisi Bisnis	93

4.6	Penetapan Strategi	95
-----	--------------------------	----

BAB V PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	97
------	------------------	----

5.2.	Saran	98
------	-------------	----

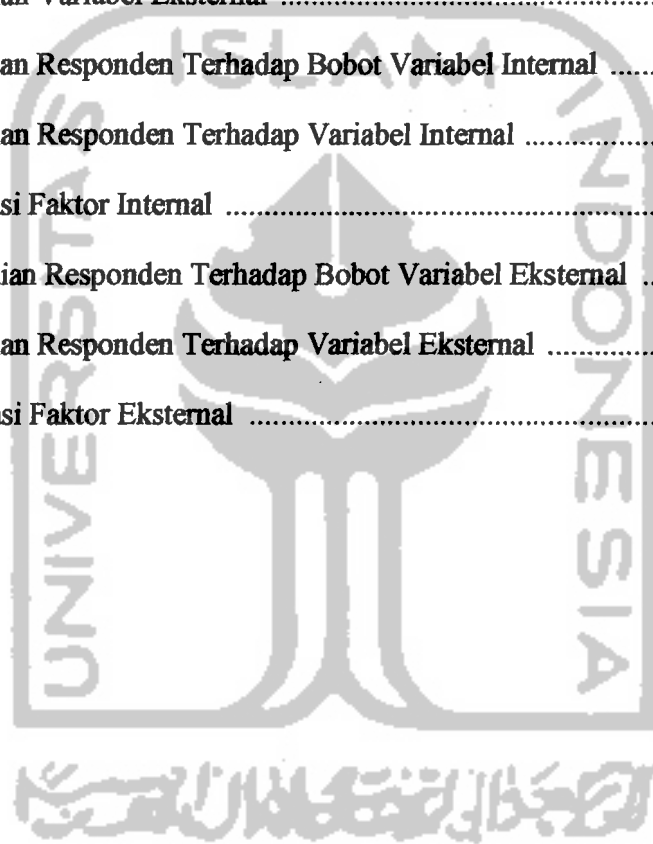
Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR TABEL

2.1	Indikator Variabel Internal.....	33
2.2	Indikator Variabel Eksternal	37
3.1	Penilaian Variabel Internal.....	76
3.2	Penilaian Variabel Eksternal	77
4.1	Penilaian Responden Terhadap Bobot Variabel Internal	80
4.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel Internal	81
4.3	Evaluasi Faktor Internal	82
4.4	Penilaian Responden Terhadap Bobot Variabel Eksternal	88
4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Eksternal	89
4.6	Evaluasi Faktor Eksternal	90



DAFTAR GAMBAR

2.1 Analisis Strategik	28
2.2 Elemen Analisis Strategik	29
2.3 Skala Prioritas Investasi	45
2.4 Berbagai Pilihan Strategik	46
4.1 Penentuan Posisi Bisnis Perum Perumnas	93
4.2 MDTI	94
4.3 Penetapan Pilihan Strategi	95

