

## DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul Depan .....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian .....	v
Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Abstrak .....	xvii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	8
2.2.1. Pemasaran .....	8
2.2.1.1. Konsep Pemasaran .....	8
2.2.1.2. Definisi Pemasaran .....	9

2.2.2 Strategi .....	9
2.2.3 Strategi Pemasaran .....	11
2.2.4 Strategi Pemasaran Jasa .....	15
2.2.5 Retailing .....	16
2.2.5.1 Organisasi dan Struktur Ritel .....	23
2.2.5.2 Strategi Ritel .....	27
2.3 Hipotesis .....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian .....	30
3.2 Variabel Penelitian .....	30
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.4 Populasi dan Sampel .....	32
3.5 Metode Analisis Data .....	32
3.5.1 Analisa MDTI .....	32
3.5.2 Analisa SWOT .....	39
3.6 Gambaran Umum Perusahaan .....	43
3.6.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	43
3.6.2 Struktur Organisasi .....	44
3.6.3 Personalia .....	46
3.6.4 Pemasaran .....	48

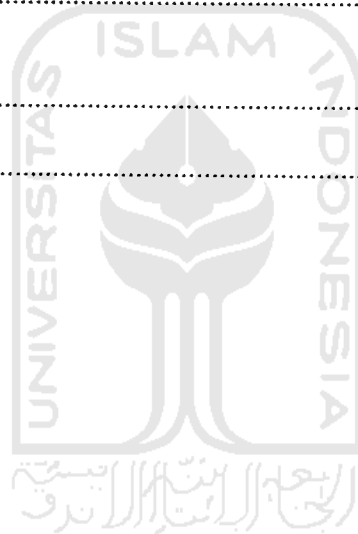
### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Identifikasi Variabel Internal dan Eksternal .....	53
4.2 Penelitian Variabel Internal dan Eksternal .....	54
4.2.1 Penelitian Variabel Internal .....	55
4.2.2 Penelitian Variabel Eksternal .....	60
4.3 Hasil Evaluasi Variabel Internal dan Eksternal .....	65
4.3.1 Hasil Evaluasi Variabel Internal .....	65
4.3.2 Hasil Evaluasi Variabel Eksternal .....	66

4.4 Penilaian Posisi Bisnis .....	67
4.4.1 MDTI .....	67
4.4.2 SWOT .....	69
4.5 Implikasi Strategis .....	72
4.5.1 MDTI .....	72
4.5.2 SWOT .....	74
4.5.3 Marketing Mix .....	76

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	84
REFERENSI .....	86
LAMPIRAN .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
2.1 Tahapan Organisasi dan Kegiatan yang dilakukan .....	25
3.1 Penilaian Variabel Eksternal .....	35
3.2 Penilaian Variabel Internal .....	35
3.3 Evaluasi Variabel Eksternal .....	36
3.4 Evaluasi Variabel Internal .....	36
3.5 Jumlah dan Jenis Kelamin Karyawan .....	46
4.1 Indikator Variabel Internal dan Eksternal .....	54
4.2 Penilaian Variabel Internal .....	55
4.3 Penilaian Variabel Eksternal .....	60
4.4 Hasil Evaluasi Variabel Internal (IFAS) .....	65
4.5 Hasil Evaluasi Variabel Eksternal (EFAS) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Perbedaan Konsep Penjualan dengan Konsep Pemasaran .....	8
2.2 Model Perumusan Strategi Pemasaran .....	12
2.3 Tiga Jenis Pemasaran dalam Dunia Jasa .....	15
2.4 Siklus Ritel ( <i>Wheel of Retailing</i> ) .....	24
2.5 <i>Retail Life Cycle</i> .....	26
2.6 Model Perencanaan dan Manajemen Ritel .....	28
3.1 MDTI .....	33
3.2 Berbagai Pilihan Strategi .....	38
3.3 SWOT .....	40
3.4 Matriks SWOT .....	42
3.5 Struktur Organisasi Citrouli .....	44
3.6 Saluran Distribusi Citrouli .....	50
3.7 Arus Barang di Citrouli .....	50
4.1 MDTI (Posisi Bisnis Citrouli Swalayan 5005) .....	68
4.2 Berbagai Pilihan Strategi .....	69
4.3 Analisis SWOT (Posisi Bisnis 2005) .....	70
4.4 Matriks SWOT .....	71