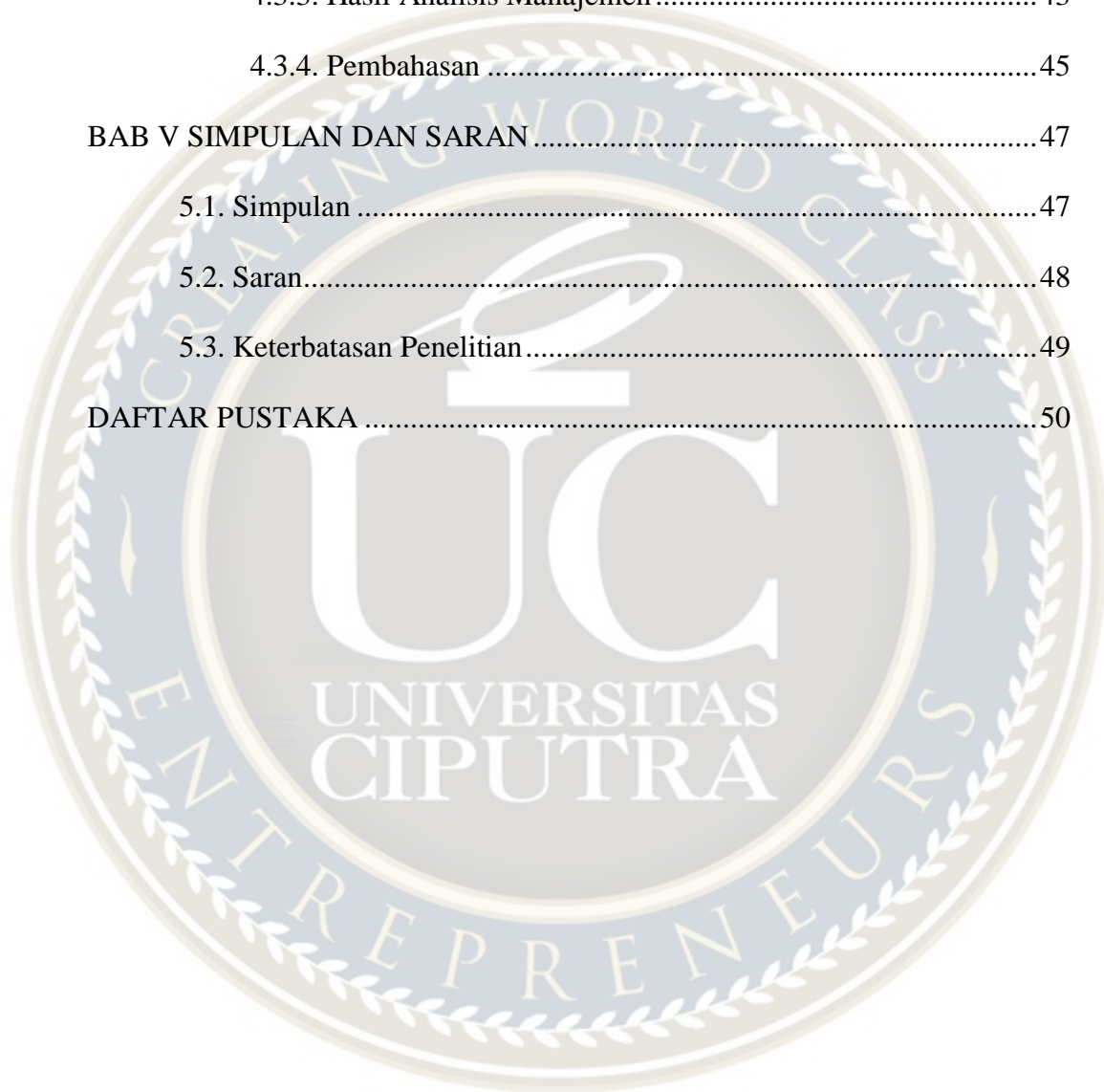


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	6
1.4.Manfaat penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Daya Saing .....	10

2.2.2. <i>Marketing Mix</i> .....	11
1. <i>Product</i> .....	11
2. <i>Price</i> .....	14
3. <i>Place</i> .....	15
4. <i>Promotion</i> .....	17
2.3. Kerangka Konseptual.....	19
2.4. Model analisis.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	21
3.2. Penentuan Informan.....	21
3.3. Jenis Data.....	22
3.4. Sumber Data.....	22
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6. Verifikasi Data.....	24
3.6.1. Validitas Konstruk.....	25
3.6.2. Validitas Internal.....	26
3.6.3. Validitas Eksternal.....	26
3.6.4. Reliabilitas.....	27
3.7. Metode Analisis Data.....	27
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>31</b>
4.1. Profil Perusahaan.....	31
4.1.1. Struktur Organisasi.....	31
4.2. Profil Informan.....	32

4.3. Hasil Analisis Data.....	32
4.3.1. Data Perbandingan Hasil Wawancara.....	32
4.3.2. Hasil Analisis <i>Marketing Mix</i> .....	33
4.3.3. Hasil Analisis Manajemen.....	43
4.3.4. Pembahasan.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1. Simpulan.....	47
5.2. Saran.....	48
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data omset dan Pelanggan Dignity .....	4
Tabel 1.2. Data perbandingan harga Dignity dan Kompetitor .....	4
Tabel 1.3. Daftar pemasaran Dignity .....	6
Tabel 2.1. Daya saing berdasarkan <i>marketing mix</i> .....	10
Tabel 2.2. Standar kualitas <i>bodykit</i> plastik ABS Dignity.....	13
Tabel 4.1. Data Pribadi Informan.....	32
Tabel 4.2 Perbandingan Hasil Wawancara Konsumen .....	32
Tabel 4.3. Klasifikasi Aspek <i>Marketing Mix</i> dalam Daya Saing.....	42
Tabel 4.4 Implikasi Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> pada Dignity.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penjualan Dignity pada Desember 2013 – Agustus 2014.....	3
Gambar 2.1. <i>The three levels of a product</i> .....	12
Gambar 2.2. Kerangka konseptual.....	19
Gambar 2.3. Model analisis .....	20
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	31





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	A-1
Lampiran B Acuan Pertanyaan Wawancara .....	B-1
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	C-1
Lampiran D Foto Bersama Informan .....	D-1
Lampiran E Hasil Analisis Pertanyaan Wawancara.....	E-1

