

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.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Lingkup Permasalahan	6
BAB II	LANDASAN TEORI
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Analisis Lima Kekuatan Porter	9
2.2.2 Analisis SWOT.....	12
2.2.3 Strategi Pemasaran	14
2.3 KerangkaKonseptual	16
BAB III	METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	17
3.2 Metode Pengumpulan Data	18
3.2.1 Observasi	18

	3.2.2 Wawancara	18
	3.2.3 Studi Pustaka	19
	3.3 Validitas dan Reliabilitas.....	19
	3.4 Metode Pengumpulan Data	20
	3.5 Metode Analisis Data	20
BAB IV	ANALISIS DATA	
	4.1 Gambaran Umum Perusahaan	22
	4.2 Analisis Lima Kekuatan Porter	22
	4.2.1 Ancaman Pendatang Baru	22
	4.2.2 Persaingan Perusahaan Dalam Industri	24
	4.2.3 Daya Tawar Pemasok.....	26
	4.2.4 Daya Tawar Pembeli	27
	4.2.5 Ancaman Produk Substitusi	28
	4.3 Analisis SWOT.....	29
	4.3.1 Kekuatan.....	29
	4.3.2 Kelemahan.....	29
	4.3.3 Peluang	30
	4.3.2 Ancaman.....	30
	4.3.3 Hasil Analisis SWOT	31
	4.4 Pembahasan Hasil Wawancara.....	33
	4.5 Strategi Pemasaran	35
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Simpulan.....	38
	5.2 Saran	39
	DAFTAR PUSTAKA	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Lima Kekuatan Porter	11
Gambar 2.2	Diagram Matriks SWOT.....	13
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	16
Gambar 4.1	Posisi Kuadran Analisis SWOT	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Domestik Bruto Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Daftar Kompetitor Bonbon.....	3
Tabel 4.1	Hasil Analisis Ancaman Pendetang Baru.....	24
Tabel 4.2	Hasil Analisis Persaingan Perusahaan Dalam Industri.....	25
Tabel 4.3	Hasil Analisis Daya Tawar Pemasok	27
Tabel 4.4	Hasil Analisis Daya Tawar Pembeli.....	28
Tabel 4.5	Hasil Analisis Ancaman Produk Substitusi.....	28
Tabel 4.6	Evaluasi Faktor Internal	32
Tabel 4.7	Evaluasi Faktor Eksternal.....	32
Tabel 4.8	<i>Units of Media Content</i>	33
Tabel 4.9	Tabulasi <i>Units of Media Content</i>	34
Tabel 4.10	SWOT Sebelum dan Sesudah Penerapan Strategi.....	37
Tabel 5.1	Simpulan Strategi Pemasaran Perusahaan.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Pertanyaan Wawancara	A-1
Lampiran B	Hasil Wawancara.....	B-1
Lampiran C	Data Penjualan Bonbon	C-1
Lampiran D	Bobot Analisis Lima Kekuatan Porter dan SWOT.....	D-1

