

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR RUMUS	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-7
1.3 Tujuan Penelitian	I-8
1.4 Manfaat Penelitian	I-8
1.5 Batasan Masalah	I-8
1.6 Posisi Penelitian	I-9
1.7 Sistematika Penulisan	I-9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Pasar	II-1
2.2 Defenisi Pemasaran	II-2
2.3 Konsep Pemasaran	II-2
2.3.1 Kebijakan Produk.....	II-3
2.3.2 Kebijakan Harga.....	II-3
2.3.3 Kebijakan Distribusi.....	II-3
2.3.4 Kebijakan Promosi	II-4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Strategi Produk	II-4
2.5 Dimensi Kualitas Produk	II-5
2.5.1 Produk Berupa Barang	II-6
2.5.2 Produk Berupa Jasa atau <i>Service</i>	II-7
2.6 Perilaku Konsumen	II-8
2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	II-9
2.7 Pengertian Keunggulan Bersaing	II-10
2.7.1 Pengukuran Keunggulan Bersaing	II-10
2.8 Teknik <i>Sampling</i>	II-12
2.8.1 <i>Random sampling or probability sampling</i>	II-13
2.8.2 <i>Nonrandom samping or nonprobability sampling</i>	II-14
2.9 Ukuran Sampel.....	II-15
2.10 Kuesioner	II-15
2.10.1 Prinsip Penulisan Kuesioner	II-16
2.11 Skala Dalam Kuesioner.....	II-17
2.12 Uji validitas	II-17
2.13 Uji reliabilitas.....	II-18
2.14 Analisis SWOT sebagai Perumusan Strategi Bersaing	II-19
2.15 Analisis SAP (<i>Strategic Advantage Profile</i>)	II-22
2.16 Analisis ETOP (<i>Environmental Threat and Opportunity Profile</i>)	II-25
2.16.1 Matrik Faktor Strategi <i>Eksternal</i>	II-28
2.16.2 Matrik Faktor Strategi <i>Internal</i>	II-28
2.17 Matrik SWOT	II-30
2.17.1 Matrik Evaluasi Faktor Internal.....	II-30
2.17.2 Matrik Evaluasi Faktor Eksternal	II-31
2.18 Pengertian <i>Benchmarking</i>	II-32
2.18.1 Tujuan dan Manfaat <i>Benchmarking</i>	II-33
2.18.2 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i>	II-33
2.18.3 Sumber Informasi <i>Benchmarking</i>	II-34
2.18.4 Evolusi Konsep <i>Benchmarking</i>	II-34
2.18.5 Tahapan <i>Benchmarking</i>	II-35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian	III-1
3.2 Studi Pendahuluan.....	III-2
3.2.1 Wawancara	III-2
3.2.2 Observasi.....	III-2
3.3 Studi Pustaka.....	III-2
3.4 Identifikasi Masalah	III-3
3.5 Perumusan Masalah	III-3
3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian	III-3
3.7 Penentuan Populasi dan Sampel.....	III-4
3.8 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner	III-5
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	III-8
3.9.1 Uji validitas	III-8
3.9.2 Uji reliabilitas.....	III-9
3.10 Pengumpulan Data.....	III-9
3.11 Pengolahan Data	III-10
3.12 Analisa Pengolahan Data	III-11
3.13 Kesimpulan dan Saran.....	III-11

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	IV-1
4.1.1 Profil Perusahaan	IV-1
4.1.2 Deskriptif Data	IV-1
4.1.2.1 Demografi Sampel Penelitian <i>Eksternal</i>	
Perusahaan	IV-1
4.1.3 Strategi Pemasaran <i>Home Industry</i> Permata Sari.....	IV-4
4.2 Pengolahan Data.....	IV-5
4.2.1 Pengolahan Data <i>Benchmarking</i>	IV-5
4.2.1.1 <i>Benchmarking</i> Produk dengan Pendekatan	
<i>Reserve Engineering</i>	IV-6
4.2.1.2 <i>Benchmark</i> Pada Produk.....	IV-6
4.2.1.3 <i>Benchmark</i> Pada Harga	IV-7
4.2.1.4 <i>Benchmark</i> Pada Promosi.....	IV-8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.1.5 <i>Benchmark</i> Pada Distributor.....	IV-9
4.2.1.6 Keunggulan Pesaing (<i>Benchmark</i>)	IV-9
4.2.1.7 Kunci Sukses Pesaing (<i>Benchmark</i>)	IV-10
4.2.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	
Perusahaan	IV-11
4.2.2.1 Analisis Lingkungan <i>Internal</i> Perusahaan.....	IV-11
4.2.2.2 Analisis Lingkungan <i>Eksternal</i> Perusahaan	IV-15
4.2.3 Identifikasi dan Analisis Lingkungan <i>Internal</i> dan	
<i>Eksternal</i> Permata Sari	IV-21
4.2.3.1 Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	IV-21
4.2.3.2 Matrik EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>).....	IV-23
4.2.4 Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi <i>Home</i>	
<i>Industry</i> Permata Sari	IV-25
4.2.4.1 Matrik IE (<i>Internal – Eksternal</i>).....	IV-25
4.2.5 Analisis Matrik SWOT	IV-26

BAB V ANALISA

5.1 Analisis Demografi Responden.....	V-1
5.1.1 Demografi Responden Berdasarkan kelamin	V-1
5.1.2 Demografi Responden Berdasarkan Jenis usia	V-1
5.1.3 Demografi Responden Berdasarkan Jenis pendidikan..	V-2
5.1.4 Demografi Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan	V-2
5.2 Analisis Usaha Pesaing (<i>Benchmark</i>)	V-3
5.2.1 Analisis Keunggulan Pesaing (<i>Benchmark</i>)	V-3
5.2.1.1 <i>Benchmark</i> pada Produk	V-3
5.2.1.2 <i>Benchmark</i> pada Harga.....	V-4
5.2.1.3 <i>Benchmark</i> pada Promosi	V-5
5.2.1.4 <i>Benchmark</i> pada Distributor	V-5
5.2.2 Analisis Kunci Sukses Pesaing (<i>Benchmark</i>).....	V-6
5.3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	V-7
5.3.1 Lingkungan Internal	V-7
5.3.2 Lingkungan Eksternal.....	V-8
5.4 Analisis Matrik IE (<i>Internal – Eksternal</i>)	V-8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.5 Analisis Matrik SWOT V-9

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... VI-1
6.2 Saran VI-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

