

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Studi Penelitian	12
1.4 Batasan Studi Penelitian	13
1.5 Manfaat Studi Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Product life cycle	15
2.2 Strategi Pemasaran	17
2.3 Penjualan	30
2.3.1 Pengertian Penjualan	30
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	31
2.3.3 Jenis-Jenis Penjualan	32
2.3.4 Pengertian Proses Penjualan	36
2.4 Pengertian Manajemen Penjualan	37
2.5 Tujuan Penjualan	39
2.6 Cara-cara Penjualan	40
2.7 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	42

2.8	Unsur Penunjang Penjualan	47
2.9	Analisis SWOT	50
2.9.1	Matriks Perumusan Strategi	51
2.9.2	Strategi Persaingan Porter (Porter's Five Forces Model)	54
2.10	Penelitian Terdahulu	61
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		63
3.1	Sumber Data dan Periode Data	64
3.2	Studi Penelitian	65
3.3	Model Pengolahan Data	65
3.4	Kerangka Konseptual	66
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Observasi dan Wawancara	67
4.1.1	Profil Kemang Pratama	67
4.1.2	Strategi Pemasaran	70
4.1.3	Data Penjualan	70
4.1.4	Evaluasi Penjualan	72
4.1.5	Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan	73
4.1.6	Evaluasi Harga	79
4.2	Perumusan Stategi	79
4.2.1	Analisis Lingkungan Internal	79
4.2.2	Analisis Lingkungan Eksternal (PESTEL)	80
4.2.3	Analisis SWOT	81
4.2.4	Matriks Perumusan Strategi	82
4.3	Analisis Persaingan Industri (Porter's Five Forces Model)	85
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		91
RIWAYAT HIDUP PENELITI		94
LAMPIRAN		