

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Fokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Hasil Penelitian	7
G. Sistemika Penulisan	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Marketing Plan</i> (Rencana Pemasaran)	11
a. Pengertian <i>Marketing Plan</i> (Rencana Pemasaran)	11
b. Peranan Perencanaan Pemasaran	12
c. Macam-Macam Perencanaan Penelitian	13
d. Isi Rencana Pemasaran	16
e. Pendekatan Dalam Mempelajari Marketing	18
f. <i>Customer Needs</i> dan <i>Wants</i>	19

2. <i>Planning</i> (Perencanaan)	20
a. Pengertian Perencanaan (<i>Planning</i>).....	20
b. Proses Perencanaan.....	22
c. Alasan-Alasan Perlunya Perencanaan.....	23
d. Tipe-Tipe Perencanaan	25
e. Faktor-Faktor Terhadap Perencanaan	27
3. Perencanaan Startegik Pemasaran	27
a. Evolusi Perencanaan	27
b. Sifat Dasar Rencana Pemasaran	29
c. Tahap Dalam Startegi Pemasaran	30
d. Unsur Rencana Pemasaran	31
4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	34
a. Pengertian Bauran Pemasaran	34
b. Pengertian Pemasaran	36
c. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	39
B. Hasil Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Berfikir	44
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Instrumen Penelitian.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Uji Keabsahan Data.....	48
F. Analisis Data	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum tentang Obyek Penelitian.....	52
1. Sejarah Konveksi Zacky's Collection.....	52
2. Profil Pemilik Bapak Sarmanto	54
3. Visi dan Misi.....	54
4. Struktur Organisasi.....	55
5. Ruang Lingkup Produk	57

7. Tujuan Pemasaran	60
8. Hambatan Perusahaan	60
9. Prosedur dan Mekanisme Operasional.....	62
10. Proses Operasional	64
11. <i>Recruitmen</i> dan Gaji Karyawan	66
B. Deskripsi Data.....	67
1. Cara Menyusun <i>Marketing Plan</i>	67
a. Metode yang digunakan dalam menyusun <i>Marketing Plan</i>	67
b. Tahapan dalam menyusun <i>Marketing Plan</i>	69
c. Siapa saja yang dilibatkan dalam menyusun <i>Marketing Plan</i>	71
2. Data tentang Strategi Pemasaran Yang dilakukan Pada Konveksi Zacky's Collection	71
3. Data tentang Implementasi Perencanaan Pemasaran pada Konveksi Zacky's Collection	73
C. Analisis dan Pembahasan	77
1. Analisis Bagaimana Strategi Pemasaran Yang dilakukan Pada Konveksi Zacky's Collection	77
2. Analisis Implementasi Perencanaan Pemasaran Pada Konveksi Zacky's Colletion	79
3. Kelebihan dan Kelemahan	85
BAB V : SIMPULAN DAN PENUTUP	
A. Simpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	90
C. Saran-saran.....	90
D. Penutup.....	90

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Data Penjualan Zacky's Collection tahun 2010 - 2014.....	5
Tabel 4.2 : Data Produksi Konveksi Zacky's Collection 5 Bulan Terakhir.....	82
Tabel 4.3 : Data Omzet Penjualan Konveksi Zacky's Collection 5 Bulan Terakhir	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Alur Strategi Pemasaran Konveksi Zacky's Collection.... 43
Gambar 2.2 : Proses Kegiatan Produksi..... 79

