

## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA .....	i
ABSTRAK .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	4
1.3. Perumusan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II : LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Pengertian Manajemen Strategi .....	7
2.2. Pengertian Pemasaran .....	8
2.3. Konsep Pemasaran .....	10
2.4. Konsep Strategi Pemasaran .....	12
2.5. Merancang Strategi Pemasaran .....	14
2.5.1. Bauran Pemasaran .....	17
2.5.2. Strategi Distribusi .....	20
2.5.3. Promosi .....	21
2.5.4. Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Per- saingan .....	22
2.6. Analisis Regresi .....	27
2.7. Analisis Korelasi .....	27
2.7. Kerangka Pikir Penelitian .....	28
2.8. Hipotesis .....	30

BAB III	: METODE PENELITIAN .....	31
	3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
	3.2. Jenis dan Sumber Data .....	31
	3.2.1. Jenis Data .....	31
	3.2.2. Sumber Data .....	31
	3.3. Metode Pengumpulan Data .....	32
	3.4. Metode Pengolahan Data .....	33
	3.5. Operasional Variabel .....	34
BAB IV	: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	36
	4.1. Sejarah Perusahaan .....	36
	4.2. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	37
	4.2.1. Struktur Organisasi .....	37
	4.2.2. Kondisi Sumber Daya Manusia .....	46
	4.3. Aktivitas Ekonomi Perusahaan .....	46
BAB V	: HASIL DAN PEMBAHASAN .....	48
	5.1. Produksi Benih Kentang Unggul .....	48
	5.2. Perkembangan Pelanggan .....	49
	5.3. Biaya Strategi Pemasaran .....	49
	5.4. Pendapatan Penjualan Benih Kentang Unggul .....	51
	5.5. Pembahasan .....	54
	5.5.1. Analisis Kuantitatif .....	54
	5.5.1.1. Hasil Estimasi Model .....	55
	5.5.1.2. Hitung Nilai <i>b</i> .....	55
	5.5.1.3. Uji <i>t</i> .....	55
	5.5.1.4. Uji $R^2$ .....	56
	5.5.2. Analisa Kualitatif .....	57
BAB VI	: KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
	6.1. Kesimpulan .....	58
	6.2. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA	.....	61

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perkembangan Produksi Benih Kentang Unggul .....	48
Tabel 2. Perkembangan Jumlah Pelanggan .....	49
Tabel 3. Biaya Pemasaran .....	50
Tabel 4. Harga Benih Kentang Unggul .....	51
Tabel 5. Keuntungan Penjualan Benih Kentang Unggul .....	52
Tabel 6. Harga Jual, Volume Penjualan Benih Kentang Unggul dan Pendapatan Penjualan Benih Kentang Unggul .....	53
Tabel 7. Regresi Linear .....	53
Tabel 8. Hasil Estimasi .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Proses Manajemen Pemasaran .....	15
2.	Hubungan antara Biaya Pemasaran terhadap Volume Peningkatan Penjualan .....	26
3.	Kerangka Pikir Penelitian .....	29
4.	Distribusi t .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Perhitungan Koefisien Regresi dan Korelasi .....	62
Lampiran II	Nilai $t$ .....	64
Lampiran III	Struktur Organisasi dan Tata Kerja Perusahaan Daerah Agribisnis dan Pertambangan Propinsi Jawa Barat .....	65
Lampiran IV	Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat Nomor : 1 Tahun 1999 Tentang Peleburan Perusahaan- Perusahaan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat...	69
Lampiran V	Peraturan Daerah Tingkat I Jawa Barat Nomor 2 Tahun 1999 Tentang Perusahaan Daerah Agribisnis dan Pertambangan Propinsi Jawa Barat .....	82