

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
TUGAS AKHIR	i
A FINAL PROJECT	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Strategi	6
2.2 Pengertian Pemasaran	6
2.3 Tujuan Sistem Pemasaran	7
2.4 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.5 Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	10

2.6	Metode <i>Analytical Network Process (ANP)</i>	11
2.7	<i>Software Super Decision</i>	22
2.8	<i>Benefit Opportunity Cost Risk (BOCR)</i>	23
2.9	Hubungan Metode ANP dengan BOCR	25
2.10	Alternatif Strategi Porter	25
2.10	<i>Literatur Review</i>	27
2.11	Hipotesa dan Kerangka Teoritis	34
2.11.1	Hipotesa	34
2.11.2	Kerangka Teoritis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Objek Penelitian	38
3.2	Metodologi Penelitian	38
3.2.1	Studi pendahuluan	38
3.2.2	Studi Pustaka	38
3.2.3	Perumusan Masalah	39
3.2.4	Pembatasan Masalah Penelitian	39
3.2.5	Tujuan Penelitian	39
3.2.6	Studi Literatur	39
3.2.7	Pengumpulan Data	39
3.2.8	Penentuan Kriteria Strategi	40
3.2.9	Penentuan Bobot Subkriteria dan Kriteria	41
3.2.10	Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran Terpilih dengan Analisa BOCR	41
3.2.11	Analisi Hasil Pengolahan	41
3.2.12	Kesimpulan dan Saran	41
3.3	<i>Flow Chart</i> Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Pengumpulan Data	43

4.1.1	Gambaran Umum Dealer Suzuki Indosun Motor SMG-Pati	43
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	43
4.1.3	Strategi Pemasaran Dealer Suzuki Indosun Motor SMG-Pati	44
4.1.4	Daerah Pemasaran	45
4.2	Pengolahan Data	45
4.2.1	Identifikasi Kriteria dan Subkriteria	45
4.2.2	Alternatif Strategi Pemasaran	53
4.2.3	Penentuan Hubungan Antar Subkriteria	60
4.3	Pengolahan Data	63
4.3.1	Pembuatan Model ANP	63
4.3.2	Penentuan Bobot Kepentingan Tiap Kriteria dan Subkriteri	70
4.3.3	Model BOCR	131
4.3.4	Hubungan ANP dengan BOCR	135
4.4	Analisa dan Pembahasan	136
4.4.1	Kriteria dan Subkriteria yang digunakan pada dealer Suzuki Indosun Motor SMG-Pati	137
4.4.2	Analisa Penentuan Bobot Kepentingan Tiap Subkriteria	138
4.4.3	Analisa Penentuan Prioritas Alternatif terpilih dengan Model BOCR	138
4.4.4	Usulan Strategi Pemasaran Dealer Suzuki Indosun SMG-Pati	138
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
5.1	Kesimpulan	141
5.2	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA		143

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Skala Penilaian dan Skala Numerik	12
Tabel 2.2 <i>Random Indeks</i>	20
Tabel 2.3 <i>Literature Review</i>	31
Tabel 4.1 Kuesioner identifikasi kriteria subkriteria yang sesuai dengan Dealer Indosun Motor SMG-PATI.....	47
Tabel 4.2 Hasil kuesioner hubungan antar krteria dan subkriteria	62
Tabel 4.3 Hubungan antar subkriteria	67
Tabel 4.4 Skala perbandingan fundamental	71
Tabel 4.5 Perbandingan berpasangan kriteria <i>Managerial capabilities</i>	72
Tabel 4.6 Penjumlahan perbandingan berpasangan kriteria <i>Managerial capabilities</i>	72
Tabel 4.7 Prioritas perbandingan kriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	73
Tabel 4.8 Pembobotan kriteria <i>Managerial capabilities</i>	74
Tabel 4.9 Perbandingan kriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	74
Tabel 4.10 Penjumlahan perbandingan kriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	75
Tabel 4.11 Prioritas perbandingan berpasangan kriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	76
Tabel 4.12 Pembagian Tiap Kriteria Dengan Hasil Penjumlahan Perbandingan berpasangan kriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	76
Tabel 4.13 Bobot <i>Customer Linking Capabilities</i>	78
Tabel 4.14 Perbandingan kriteria pada <i>Human resources assets</i>	79
Tabel 4.15 Bobot <i>Human resources assets</i>	79
Tabel 4.16 Perbandingan kriteria pada <i>Reputational Assets</i>	80
Tabel 4.17 Bobot <i>Reputational Assets</i>	80
Tabel 4.18 Perbandingan kriteria pada <i>Economy</i>	81
Tabel 4.19 Bobot kriteria <i>Economy</i>	81

Tabel 4.20 Perbandingan kriteria pada kriteria <i>Social and culture</i>	82
Tabel 4.21 Bobot kriteria <i>Social and culture</i>	82
Tabel 4.22 Perbandingan kriteria pada kriteria <i>Competition</i>	83
Tabel 4.23 Bobot kriteria <i>Competition</i>	83
Tabel 4.24 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Managerial capabilities</i>	84
Tabel 4.25 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	84
Tabel 4.26 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	85
Tabel 4.27 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	85
Tabel 4.28 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	86
Tabel 4.29 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	87
Tabel 4.30 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	87
Tabel 4.31 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	87
Tabel 4.32 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	88
Tabel 4.33 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Customer Linking Capabilities</i>	88
Tabel 4.34 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	90
Tabel 4.35 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	90
Tabel 4.36 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	90
Tabel 4.37 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	91
Tabel 4.38 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	91
Tabel 4.39 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	91
Tabel 4.40 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	92
Tabel 4.41 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	92
Tabel 4.42 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	92
Tabel 4.43 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	93
Tabel 4.44 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	93
Tabel 4.45 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	93

Tabel 4.46	Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	94
Tabel 4.47	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	94
Tabel 4.48	Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	94
Tabel 4.49	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	95
Tabel 4.50	Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	95
Tabel 4.51	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	95
Tabel 4.52	Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	96
Tabel 4.53	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	96
Tabel 4.54	Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	96
Tabel 4.55	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	97
Tabel 4.56	Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	97
Tabel 4.57	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	97
Tabel 4.58	Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	98
Tabel 4.59	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	98
Tabel 4.60	Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	98
Tabel 4.61	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	99
Tabel 4.62	Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	99
Tabel 4.63	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	99
Tabel 4.64	Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Human Resoures Assets</i>	100
Tabel 4.65	Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	100
Tabel 4.66	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	101
Tabel 4.67	Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	101
Tabel 4.68	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	102
Tabel 4.69	Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	102
Tabel 4.70	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	102
Tabel 4.71	Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	103
Tabel 4.72	Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	103

Tabel 4.73 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Reputational Assets</i>	104
Tabel 4.74 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	105
Tabel 4.75 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	105
Tabel 4.76 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	105
Tabel 4.77 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	106
Tabel 4.78 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	106
Tabel 4.79 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	107
Tabel 4.80 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	107
Tabel 4.81 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	108
Tabel 4.82 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Economy</i>	108
Tabel 4.83 Perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	109
Tabel 4.84 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Managerial capabilities</i>	109
Tabel 4.85 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Human resources assets</i>	109
Tabel 4.86 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Human Resources Assets</i>	110
Tabel 4.87 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	110
Tabel 4.88 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	110
Tabel 4.89 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Social and culture</i>	111
Tabel 4.90 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	111
Tabel 4.91 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	112
Tabel 4.92 Perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	112
Tabel 4.93 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Reputational Assets</i>	112
Tabel 4.94 Perbandingan subkriteria pada <i>Competition</i>	113
Tabel 4.95 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Competition</i>	113
Tabel 4.96 Hubungan subkriteria pada kriteria <i>Competition</i>	113
Tabel 4.97 Perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	114

Tabel 4.98 Bobot perbandingan subkriteria pada <i>Customer Linking Capabilities</i>	114
Tabel 4.99 <i>Cluster matrix</i>	115
Tabel 4.100 Contoh <i>Unweighted supermatrix</i>	116
Tabel 4.101 <i>Unweighted supermatrix</i>	117
Tabel 4.102 <i>Weighted supermatrix</i>	124
Tabel 4.103 <i>Weighted supermatrix</i>	125
Tabel 4.104 <i>Weighted supermatrix</i> baris menjadi kolom	126
Tabel 4.105 <i>Weighted supermatrix</i> pangkat 2	128
Tabel 4.106 <i>Weighted supermatrix</i> pangkat	129
Tabel 4.107 <i>Limit supermatrix</i>	130
Tabel 4.108 Bobot kontrol kriteria	134
Tabel 4.109 Bobot Alternatif terhadap BOCR	135
Tabel 4.110 Peringkat subkriteria	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Penelitian	13
Gambar 2. 2 Bagian sintesis akhir dari analisis BOCR penuh	23
Gambar 2. 3 Pengolahan data ANP dan BOCR	37
Gambar 3. 1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	42
Gambar 4. 1 ANP Model Utama	64
Gambar 4. 2 Model ANP Manual	65
Gambar 4. 3 Model BOCR	131
Gambar 4. 4 Peringkat Model BOCR	132
Gambar 4. 5 Contoh <i>Subnetwork</i> dari manfaat ekonomi	133
Gambar 4. 6 Contoh Hasil <i>Subnetwork</i> dari manfaat ekonomi	134