DAFTAR PUSTAKA

Ansoff, H. I. (1982). *Corporate Strategy*. England: Penguin Books.

Grant, R. M. (1997). *Analisis Strategi Kontemporer Konsep, Teknik, Aplikasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga

Indriati, Anik. (2004). *Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Kulit PT. Maleha Yogyakarta*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.

Kotler, Philip dan Gary. A. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.

Lueck, W. F. G dan Lawrance R.J. (1995). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.

Muhammad, Suwarsono. (2000). *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. Edisi Revisi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Rangkuti, Freddy. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Supriyono. (199). *Manajemen Strategi dan Kebijaksanaan Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE 8


LAMPRON

Lampiran 1:

KUESIONER

Untuk melengkapi tujuan penelitian tentang strategi pemasaran pada PT. Sinjaraga Santika Sport, kami mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan benar sesuai dengan keadan sebenarnya.

Nama Responden :

Usia :

Jabatan :

Adapun tujuan ini adalah tujuan ilmiah, dimana kuesioner ini kami gunakan sebagai data menyusun skripsi.

Akhir kata atas segala bantuan, kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Yully Ulfatunnisa

Angket Bobot Indikator Variabel Internal
PT. Sinjaraga Santika Sport

No	Indikator Variabel Internal	Asumsi Penulis	Tanggapan Manajemen
1	Lokasi perusahaan	0,1	
2	Kwalitas produk	0,15	
3	Pangsa pasar	0,1	
4	Variasi produk	0,1	
5	Harga produk	0,05	
6	Saluran distribusi	0,1	
7	Promosi	0,1	
8	Citra produk	0,1	
9	Efektifitas organisasi	0,1	
10	Efisiensi produksi	0,1	

Keterangan:

Kurang penting : 0,05

Penting : 0,1

Sangat penting : 0,15

Angket Nilai Indikator Variabel Internal
PT. Sinjaraga Santika Sport

No	Indikator Variabel Internal	Asumsi Penulis	Tanggapan Manajemen
1	Lokasi perusahaan	5	
2	Kwalitas produk	5	
3	Pangsa pasar	5	
4	Variasi produk	5	
5	Harga produk	2	
6	Saluran distribusi	5	
7	Promosi	5	
8	Citra produk	5	
9	Efektifitas organisasi	2	
10	Efisiensi Produksi	2	

Keterangan:

Sangat tidak kuat : 1
Tidak kuat : 2
Netral : 3
Kuat : 4
Sangat kuat : 5

Angket Bobot Indikator Variabel Eksternal
PT. Sinjaraga Santika Sport

No	Indikator Variabel Internal	Asumsi Penulis	Tanggapan Manajemen
1	Struktur persaingan	0,15	
2	Daya beli konsumen	0,1	
3	Perubahan teknologi	0,1	
4	Pertumbuhan pasar	0,15	
5	Perubahan selera konsumen	0,15	
6	Pengrajin	0,15	
7	Tingkat ketrsediaan bahan baku	0,15	
8	Kurs dollar AS	0,05	

Keterangan:

Kurang penting : 0,05

Penting : 0,1

Sangat penting : 0,15

Angket Nilai Indikator Variabel Eksternal
PT. Sinjaraga Santika Sport

No	Indikator Variabel Internal	Asumsi Penulis	Tanggapan Manajemen
1	Struktur persaingan	5	
2	Daya beli konsumen	5	
3	Perubahan teknologi	2	
4	Pertumbuhan pasar	5	
5	Perubahan selera konsumen	5	
6	Pengrajin	2	
7	Tingkat ketrsediaan bahan baku	5	
8	Kurs dollar AS	5	

Keterangan:

Sangat tidak berpeluang : 1
Tidak berpeluang : 2
Netral : 3
Berpeluang : 4
Sangat berpeluang : 5

Lampiran 2:

Penilaian Kuantitatif Bobot Variabel Internal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Tanggapan Manajemen			
		R1	R2	R3	R4
1	Lokasi perusahaan	0,1	0,1	0,1	0,1
2	Kwalitas produk	0,15	0,15	0,15	0,15
3	Pangsa pasar	0,1	0,1	0,15	0,1
4	Variasi produk	0,1	0,1	0,1	0,1
5	Harga produk	0,05	0,1	0,05	0,05
6	Saluran distribusi	0,1	0,1	0,1	0,1
7	Promosi	0,1	0,1	0,1	0,1
8	Citra produk	0,1	0,1	0,05	0,05
9	Efektivitas organisasi	0,1	0,05	0,1	0,1
10	Efisiensi oroduksi	0,1	0,1	0,1	0,15

Keterangan:

0,05 : Kurang Penting
0,1 : Penting
0,15 : Sangat Penting

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 3:

Penilaian kuantitatif Nilai Variabel Internal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Tanggapan Manajemen			
		R1	R2	R3	R4
1	Lokasi perusahaan	5	5	5	5
2	Kwalitas produk	5	5	5	5
3	Pangsa pasar	5	5	5	4
4	Variasi produk	4	5	5	5
5	Harga produk	3	3	2	2
6	Saluran distribusi	5	5	5	4
7	Promosi	5	5	5	5
8	Citra produk	5	5	5	5
9	Efektivitas organisasi	3	2	2	3
10	Efisiensi produksi	3	3	3	2

Keterangan:

1 : Sangat Tidak Kuat
2 : Tidak Kuat
3 : Netral
4 : Kuat
5 : Sangat Kuat

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 4:

Penilaian Kuantitatif Bobot Variabel Eksternal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Tanggapan Manajemen			
		R1	R2	R3	R4
1	Struktur Persaingan	0,15	0,15	0,15	0,15
2	Daya Beli Konsumen	0,1	0,15	0,15	0,1
3	Perubahan Teknologi	0,15	0,1	0,1	0,15
4	Pertumbuhan Pasar	0,15	0,15	0,15	0,1
5	Perubahan Selera Konsumen	0,1	0,15	0,1	0,15
6	Pengrajin	0,15	0,1	0,15	0,15
7	Tingkat Ketersediaan Bahan Baku	0,15	0,15	0,15	0,15
8	Kurs Dollar AS	0,05	0,05	0,05	0,05

Keterangan:

0,05 : Kurang Penting
0,1 : Penting
0,15 : Sangat Penting

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 5:

Penilaian Kuantitatif Nilai Variabel Eksternal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Tanggapan Manajemen			
		R1	R2	R3	R4
1	Struktur Persaingan	5	5	5	5
2	Daya Beli Konsumen	5	5	4	4
3	Perubahan Teknologi	3	3	2	2
4	Pertumbuhan Pasar	5	5	5	5
5	Perubahan Selera Konsumen	5	5	5	5
6	Pengrajin	2	3	2	3
7	Tingkat Ketersediaan Bahan Baku	5	5	5	5
8	Kurs Dollar AS	5	5	5	5

Keterangan:

1 : Sangat Tidak Berpeluang
2 : Tidak Berpeluang
3 : Netral
4 : Berpeluang
5 : Sangat Berpeluang

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 6:

Rekapitulasi Hasil Analisis Variabel Internal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Nilai				Total Nilai	Rata-Rata Nilai	Bobot				Total Bobot	Rata-Rata Bobot
		R1	R2	R3	R4			R1	R2	R3	R4		
1	Lokasi perusaahaan	2	2	2	2	8	2,000	0,1	0,1	0,1	0,1	0,400	0,100
2	Kwalitas produk	2	2	2	2	8	2,000	0,15	0,15	0,15	0,15	0,600	0,150
3	Pangsa pasar	2	2	2	1	7	1,750	0,1	0,1	0,15	0,1	0,450	0,113
4	Variasi produk	1	2	2	2	7	1,750	0,1	0,1	0,1	0,1	0,400	0,100
5	Harga produk	0	0	-1	-1	-2	-0,500	0,05	0,1	0,05	0,05	0,250	0,063
6	Saluran distribusi	2	2	2	1	7	1,750	0,1	0,1	0,1	0,1	0,400	0,100
7	Promosi	2	2	2	2	8	2,000	0,1	0,1	0,1	0,1	0,400	0,100
8	Citra produk	2	2	2	2	8	2,000	0,1	0,1	0,05	0,05	0,300	0,075
9	Efektivitas organisasi	0	-1	-1	0	-2	-0,500	0,1	0,05	0,1	0,1	0,350	0,088
10	Efisiensi produksi	0	0	0	-1	-1	-0,250	0,1	0,1	0,1	0,15	0,450	0,113

Keterangan:

-2 : Sangat Tidak Kuat
-1 : Tidak Kuat
0 : Netral
1 : Kuat
2 : Sangat Kuat

0,05 : Kurang Penting
0,1 : Penting
0,15 : Sangat Penting

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 7:

Rekapitulasi Hasil Analisis Variabel Eksternal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Nilai				Total Nilai	Rata-Rata Nilai	Bobot				Total Bobot	Rata-Rata Bobot
		R1	R2	R3	R4			R1	R2	R3	R4		
1	Struktur persaingan	2	2	2	2	8	2,000	0,15	0,15	0,15	0,15	0,600	0,150
2	Daya beli konsumen	2	2	1	1	6	1,500	0,1	0,15	0,15	0,1	0,500	0,125
3	Perubahan teknologi	0	0	-1	-1	-2	-0,500	0,15	0,1	0,1	0,15	0,500	0,125
4	Pertumbuhan pasar	2	2	2	2	8	2,000	0,15	0,15	0,15	0,1	0,550	0,134
5	Perubahan selera konsumen	2	2	2	2	8	2,000	0,1	0,15	0,1	0,15	0,500	0,125
6	Pangrajin	1-	0	-1	0	-2	-0,500	0,15	0,1	0,15	0,15	0,550	0,134
7	Tingkat ketersediaan bahan baku	2	2	2	2	8	2,000	0,15	0,15	0,15	0,15	0,600	0,150
8	Kurs dollar AS	2	2	2	2	8	2,000	0,05	0,05	0,05	0,05	0,200	0,050

Keterangan:

-2 : Sangat Tidak Berpeluang
-1 : Tidak Berpeluang
0 : Netral
1 : Berpeluang
2 : Sangat Berpeluang

0,05 : Kurang Penting
0,1 : Penting
0,15 : Sangat penting

R1 : Manajer Personalia
R2 : Manajer Pemasaran
R3 : Manajer Keuangan
R4 : Manajer Produksi

Lampiran 8:

Nilai Tertimbang Variabel Internal Asumsi Penulis

No.	Variabel Internal	Rata-rata Bobot	Keterangan	Rata-rata Nilai	Keterangan	Nilai tertimbang
1	Lokasi perusaahaan	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
2	Kwalitas produk	0,150	Sangat Penting	2,000	Sangat kuat	0,300
3	Pangsa pasar	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
4	Variasi produk	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
5	Harga produk	0,050	Kurang penting	-1,000	Tidak kuat	-0,050
6	Saluran distribusi	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
7	Promosi	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
8	Citra produk	0,100	Penting	2,000	Sangat kuat	0,200
9	Efektivitas organisasi	0,100	Penting	-1,000	Tidak kuat	-0,100
10	Efisiensi produksi	0,100	Penting	-1,000	Tidak kuat	-0,100
Total						1,600

Lampiran 9:

Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Asumsi Penulis

No.	Variabel Internal	Rata-rata Bobot	Keterangan	Rata-rata Nilai	Keterangan	Nilai tertimbang
1	Struktur persaingan	0,150	Sangat penting	2,000	Sangat berpeluang	0,300
2	Daya beli konsumen	0,100	Penting	2,000	Sangat berpeluang	0,200
3	Perubahan teknologi	0,100	Penting	-1,000	Tidak berpeluang	-0,100
4	Pertumbuhan pasar	0,150	Sangat penting	2,000	Sangat berpeluang	0,300
5	Perubahan selera konsumen	0,150	Sangat penting	2,000	Sangat berpeluang	0,300
6	Pangrajin	0,150	Sangat penting	-1,000	Tidak berpeluang	-0,150
7	Tingkat ketersediaan bahan baku	0,150	Sangat penting	2,000	Sangat berpeluang	0,300
8	Kurs dollar AS	0,050	Kurang penting	2,000	Sangat berpeluang	0,100
Total						1,250

Lampiran 10:

Nilai Tertimbang Variabel Internal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Rata-rata Nilai	Keterangan	Rata-rata Bobot	Kete-rangan	Nilai tertimbang
1	Lokasi perusaahaan	2,000	Sangat kuat	0,100	Penting	0,200
2	Kwalitas produk	2,000	Sangat kuat	0,150	Sangat penting	0,300
3	Pangsa pasar	1,750	Kuat	0,113	Penting	0,198
4	Variasi produk	1,750	Kuat	0,100	Penting	0,175
5	Harga produk	-0,500	Tidak kuat	0,063	Kurang penting	-0,031
6	Saluran distribusi	1,750	Kuat	0,100	Penting	0,175
7	Promosi	2,000	Sangat kuat	0,100	Penting	0,200
8	Citra produk	2,000	Sangat kuat	0,075	Kurang penting	0,150
9	Efektivitas organisasi	-0,500	Tidak kuat	0,088	Kurang penting	-0,044
10	Efisiensi produksi	-0, 250	Tidak kuat	0,113	Penting	-0,028
Total						1,295

Lampiran 11:

Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Dari Manajemen

No.	Variabel Internal	Rata-rata Nilai	Keterangan	Rata-rata Bobot	Keterangan	Nilai tertimbang
1	Struktur persaingan	2,000	Sangat berpeluang	0,150	Sangat penting	0,300
2	Daya beli konsumen	1,500	Berpeluang	0,125	Penting	0,188
3	Perubahan teknologi	-0,500	Tidak berpeluang	0,125	Penting	-0,063
4	Pertumbuhan pasar	2,000	Sangat berpeluang	0,134	Penting	0,268
5	Perubahan selera konsumen	2,000	Sangat berpeluang	0,125	Penting	0,250
6	Pangrajin	-0,500	Tidak berpeluang	0,134	Penting	-0,067
7	Tingkat ketersediaan bahan baku	2,000	Sangat berpeluang	0,150	Sangat penting	0,300
8	Kurs dollar AS	2,000	Sangat berpeluang	0,05	Kurang penting	0,100
	Total					1,276