

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Manajemen Strategi	14
2.2. Pemasaran	17
2.2.1. Segmentation, Targeting and Positioning.....	17
2.2.2. Integrated Marketing Communication Strategy (IMC).....	21
2.3. Keuangan	26
2.2.1 Nilai Pemegang Saham dan Competitive Advantage.....	26
2.2.2 Income Statement (Laporan Laba-Rugi) dan Cash Flow (Arus Kas).....	28
2.4. Interface Marketing and Finance	29

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.2. Metode	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Pertumbuhan Ekonomi.....	39
4.2 Perilaku Konsumen dan Segmen Pasar Sabun di Indonesia	41
4.3 Kondisi Persaingan Produk Sabun Lifebuoy di Indonesia	46
4.4 Hubungan antara Divisi Pemasaran dan Keuangan di Unilever Indonesia	48
4.5 Alternatif Strategi Pemasaran dan IMC Lifebuoy	53
BAB V PENUTUP	56
5.1 Temuan Utama	56
5.2 Implikasi Manajerial	59
5.3 Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Saran Penelitian	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Sabun Mandi Antiseptik 2018.....	7
TABEL 1.2 Sabun Mandi 2018	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Framework Strategic Competitiveness	16
Gambar 2.2. Integrating Marketing Communication dalam Membangun Ekuitas Merek.....	23
Gambar 3.1. Obyek Penelitian	34
Gambar 3.2. Diagram Alur Penelitian	35