

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Visi dan Misi Vismo Reserve	3
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3. Perumusan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1. Aspek Akademis	16
1.5.2. Aspek Praktis	17
1.6. Sistematika Penelitian Tugas Akhir	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Manajemen.....	19
2.1.2 Pemasaran	19
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.4 Strategi Pemasaran	22
2.1.5 Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	23
2.1.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	24
2.1.7 Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats (SWOT)	26
2.1.8 Matriks SWOT	27
2.1.9 Analisis Lingkungan Internal.....	29
2.1.10 Analisis Lingkungan Eksternal	30
2.1.10.1 Analisis Five Forces Porter's.....	31
2.1.11 Matriks Internal Eksternal (IE Matriks).....	32

2.1.12	Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM).....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Panduan Wawancara	48
3.3	Tahapan Penelitian	67
3.4	Sampel dan Situasi Sosial.....	68
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	70
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas dalam Kualitatif.....	71
3.7	Teknis Analisis Data.....	74
3.7.1	Analisis SWOT dan QSPM.....	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		82
4.1	Karakteristik Narasumber.....	82
4.2	Hasil Penelitian.....	86
4.2.1.	Analisis Lingkungan Internal.....	86
4.2.2.	Analisis Lingkungan Ekternal.....	105
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	124
4.3.1.	Matriks IFE	124
4.3.2.	Matriks EFE	125
4.3.3.	Matriks IE.....	127
4.3.4.	Matriks SWOT	128
4.3.5.	Matriks QSPM	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		140
5.1	Kesimpulan.....	140
5.2	Saran.....	142
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	142
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	142
DAFTAR PUSTAKA		143
LAMPIRAN.....		148