

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Konsep Pemasaran.....	9
II.1.2 Pengertian Pemasaran	9
II.1.3 Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran	11
II.2 Konsep Strategi.....	19
II.3 Strategi Bersaing.....	19
II.4 Analisis Lingkungan Makro	23
II.5 Analisis SWOT.....	25

II.6 Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)	27
II.6.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal	28
II.7 Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	30
II.7.1 Matriks Faktor Strategi Internal	30
II.8 Matriks SWOT.....	32
II.9 Matriks Internal-Eksternal	34
II.10 Rantai Nilai	35
II.11 Startegi Produk Baru Masuk Ke Pasar	38
II.11.1 Grand Strategy	38
BAB III Metodologi Penelitian	39
III.1 Model Konseptual	39
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	41
III.2.1 Tahap Pengumpulan Data	43
III.2.2 Tahap Pengolahan Data	44
III.2.3 Tahap Analisis Dan Rekomendasi	47
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	48
BAB IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data	49
IV.1 Pengumpulan Data	49
IV.1.1 Metode Pengumpulan Data	49
IV.1.2 Waktu Dan Tempat Pengumpulan Data	49
IV.1.3 Responden	49
IV.1.4. Profil Perusahaan.....	50
IV.1.5 Mengidentifikasi indikator berdasarkan faktor internal eksternal perusahaan dengan metode yang digunakan.....	51
IV.1.6 Pengumpulan Data Kuesioner IE	66
IV.2 Pengolahan Data.....	66

IV.2.1 Perhitungan Skor IFAS.....	66
IV.2.2 Perhitungan Skor EFAS	69
IV.2.3 Matriks Internal Eksternal (IE).....	71
IV.2.4 Matriks SWOT	72
Bab V Analisis Dan Rekomendasi	74
V.1 Analisis Indikator Faktor Internal dan Eksternal.....	74
V.1.1 Analisis Indikator Faktor Internal.....	74
V.1.2 Analisis Indikator Faktor Eksternal	81
V.2 Analisis Matriks Internal Eksternal (IE).....	94
V.2.1 Hasil Perhitungan Skor IFAS	94
V.2.2 Hasil Perhitungan Skor EFAS	95
V.2.3 Hasil Pemetaan Matriks Internal Eksternal (IE).....	95
V.3 Analisis Matriks SWOT	96
V.3.1 Strategi SO	96
V.3.2 Strategi WO	97
V.3.3 Strategi ST	97
V.3.4 Strategi WT	97
V.4 Usulan Strategi Pemasaran	98
V.4.1 Integrasi Hasil Matriks IE dan Matriks SWOT	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
VI.1 Kesimpulan	103
VI.2 Saran.....	107
Daftar Pustaka.....	108