

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	II
ABSTRAK	III
ABSTRACT.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	XIII
DAFTAR ISTILAH	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
II.1 Konsep Pemasaran.....	8
II.1.1 Pengertian Pemasaran	8
II.1.2 Pengertian Strategi.....	8
II.1.3 Strategi Pemasaran.....	9
II.1.4 Unsur-unsur Pemasaran	9
II.1.5 Bauran Pemasaran.....	10
II.2 Strategi Bersaing.....	12

II.3 Analisis Lingkungan Perusahaan	13
II.4 Analisis Lingkungan Internal	14
II.4.1 Matriks Faktor Strategi Internal.....	14
II.5 Analisis Lingkungan Eksternal	16
II.5.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal	17
II.6 Matriks Internal-Eksternal	18
II.7 Analisis SWOT	20
II.7.1 Matriks SWOT.....	22
II.8 Perbandingan Metode Analisis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
III.1 Model Konseptual.....	28
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	30
III.3 Jenis dan Sumber Data	32
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.5 Tahapan Pengolahan Data	33
III.5.1 Faktor Eksternal	33
III.5.2 Faktor Internal	33
III.5.3 Matriks Internal-External	33
III.5.5 Matriks SWOT.....	34
III.5.6 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	34
III.5.7 Alternatif Strategi Matriks Internal-External.....	34
III.5.8 Alternatif Strategi Matriks SWOT.....	34
III.5.9 Tahap Kesimpulan dan Saran	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	35
IV.1 Pengumpulan Data	35
IV.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	35
IV.1.2 Waktu dan Tempat Pengumpulan Data	35
IV.1.3 Responden.....	35
IV.1.4 Profil Lembaga	35
IV.2 Pengolahan Data	36

IV.2.1	Mengidentifikasi Indikator Faktor Internal Dan Eksternal.....	36
IV.2.2	Pengumpulan Data Kuesioner IE.....	43
IV.2.3	Penentuan Posisi Perusahaan	48
IV.2.4	Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan.....	49
BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI		54
V.1 Analisis Indikator Faktor Internal dan Internal.....		54
V.1.1	Analisis Indikator Faktor Internal.....	54
V.1.2	Analisis Indikator Kelemahan dengan Analisis Bauran Pemasaran 7P....	55
V.1.3	Analisis Indikator Faktor Eksternal	57
V.2 Analisis Matriks Internal Eksternal (IE).....		62
V.2.1	Hasil Skor IFAS.....	62
V.2.2	Hasil Skor EFAS.....	62
V.3 Analisis Matriks SWOT		62
V.3.1	Strategi SO.....	62
V.3.2	Strategi WO	62
V.3.3	Strategi ST	63
V.3.4	Strategi WT.....	63
V.4 Usulan Strategi Pemasaran		63
V.4.1	Hasil IE Matriks dan SWOT Matriks	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
VI.1 Kesimpulan.....		65
VI.2 Saran		69
DAFTAR PUSTAKA		70