

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR ISTILAH	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitian.....	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Manajemen Strategi.....	9
II.2 Strategi Pemasaran	10
II.2.1 Faktor Internal Perusahaan	10
II.2.2 Faktor Eksternal Perusahaan	13
II.3 Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Eksternal Perusahaan (Peluang dan Ancaman).....	16
II.3.1 Matriks Faktor Strategi Internal	17
II.3.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	18
II.4 Matriks Internal Eksternal (IE).....	20
II.5 Matriks SWOT	21
II.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QPSM).....	22
II.7 Peneliti Terdahulu	25
II.8 Metode Pembandingan.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28

III.1 Model Konseptual	28
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	30
III.2.1 Tahap Pengumpulan Data	32
III.2.2 Tahapan Pengumpulan dan Pengolahan Data	33
III.2.3 Tahap Analisis.....	35
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
IV.1 Pengumpulan Data	36
IV.1.1 Faktor Internal (Bauran Pemasaran 7P).....	36
IV.1.2 Faktor Eksternal	39
IV.2 Pengolahan Data	43
IV.2.1 Identifikasi Faktor Internal	43
IV.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal.....	44
IV.2.3 Identifikasi untuk Mendapatkan Nilai Bobot dan Rating IFAS dan EFAS	45
IV.2.3 <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS) dan External Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	47
IV.2.4 Matriks IE	51
IV.2.5 Matriks SWOT.....	52
IV.2.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	55
BAB V ANALISIS.....	60
V.1 Analisis.....	60
V.1.1 Analisis Matriks SWOT	60
V.1.2 Analisis Matriks QSPM	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
VI.1 Kesimpulan	69
VI.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72