

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6 Batasan Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Strategi Pemasaran	7
2.2 Pengertian Pemasaran.....	10
2.3 Pengertian Strategi	10
2.4 Pentingnya Strategi Pemasaran.....	11
2.5 Unsur-unsur Strategi Pemasaran.....	11
2.6 Analisis Lingkungan Perusahaan	12
2.7 Strategi Bersaing	12
2.8 Analisis Lingkungan Eksternal	13

2.9 Matriks Faktor Strategi Internal	14
2.10 Matriks Faktor Strategi Eksternal	16
2.11 Matriks Internal-Eksternal	18
2.12 Analisis SWOT	19
2.13 Matriks SWOT	20
2.14 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	22
2.15 Metode Pembanding.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Model Konseptual	26
3.2 Sistematika Pemecahan Masalah	28
3.3 Perumusan Masalah.....	28
3.4 Tujuan.....	29
3.5 Studi Lapangan	29
3.6 Studi Literatur	29
3.7 Pengumpulan Data	29
3.7.1 Data Lingkungan Internal	29
3.7.2 Data Lingkungan Eksternal.....	30
3.7.3 Menentukan Indikator.....	30
3.7.4 Kuesioner	30
3.8 Matriks IFAS	31
3.9 Matriks EFAS	31
3.10 Matriks IE	31
3.11 Matriks SWOT	32
3.12 Kuesioner QSPM	32
3.13 Matriks QSPM	32
3.14 Analisis Hasil Matriks	32
3.15 Usulan Strategi Pemasaran	32
3.16 Kesimpulan dan Saran.....	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	34
4.1 Profil Perusahaan	34
4.1.2 Produk Perusahaan	34

4.2 Data Lingkungan Internal	35
4.2.1 Analisis Bauran Pasar	35
4.2.1.1 Produk (<i>Product</i>)	35
4.2.1.2 Harga (<i>Price</i>)	36
4.2.1.3 Distribusi (<i>Place</i>)	37
4.2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	38
4.2.1.5 Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	38
4.2.1.6 Orang (<i>People</i>)	40
4.2.1.7 Proses (<i>Process</i>)	41
4.2 Data Lingkungan Eksternal	42
4.2.1 Analisis Lingkungan Makro	43
4.2.2 Analisis Lingkungan Mikro	44
4.3 Penentuan Indikator.....	46
4.4 Kuesioner.....	48
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.5 Matriks IFAS	50
4.6 Matriks EFAS	51
4.7 Matriks IE	51
4.8 Matriks SWOT	52
4.9 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	55
BAB V ANALISIS	56
5.1 Analisis Matriks SWOT	56
5.1.1 Strategi S-O.....	56
5.1.2 Strategi W-O	56
5.1.3 Strategi S-T	57
5.1.4 Strategi W-T.....	58
5.2 Analisis Matriks QSPM.....	58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62