

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	1
1.1.3 Layanan Jasa	1
1.1.4 Struktur Organisasi	2
1.1.5 Logo dan Filososfi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Batasan Penulisan.....	10
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 RANGKUMAN TEORI.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Analisis SWOT	14

2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Variabel dan Skala Pengukuran	20
3.2.1 Variabel	20
3.2.2 Skala Pengukuran.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1 Jenis Data	23
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Teknik Analisis Data.....	24
3.5.1 Menentukan Faktor Internal dan Eksternal	24
3.5.2 Mencari Nilai Bobot dan Rating Indikator Setiap Faktor	24
3.5.3 EFAS	24
3.5.4 IFAS	24
3.5.5 Matriks SWOT	25
3.5.6 Kuadran SWOT	27
BAB IV PEMBAHASAN	29
4.1 Pengumpulan Data	29
4.2 Karakteristik Responden	29
4.3 Hasil Penelitian	29
4.3.1 Faktor Internal Perusahaan.....	29
4.3.2 Faktor Eksternal Perusahaan	30
4.3.3 Hierarchy Keputusan	32

4.3.4 Matriks IFAS.....	32
4.3.5 Matriks EFAS	40
4.3.6 Matriks IE dan Kuadran SWOT.....	41
4.3.7 Matriks SWOT.....	43
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran Penelitian.....	49
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	49
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	49
Daftar Pustaka.....	50
Lampiran	52