

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Batasan Masalah.....	5
I.5 Manfaat Penelitian.....	5
I.5.1 Manfaat Teoritis.....	5
I.5.2 Manfaat Praktis.....	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
II.1 Pengertian Pemasaran	8
II.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
II.3 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	10
II.3.1 Bauran Pemasaran.....	10
II.4 Proses Manajemen Strategi.....	11
II.5 Tahapan Penyusunan Strategi	12
II.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	12
II.5.2 Analisis Lingkungan Internal	15

II.6	Formulasi Strategi.....	15
II.6.1.	Matriks External Factor Evaluation (EFE) dan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	16
II.6.2	Matriks External Internal (IE).....	20
II.6.3.	Strength – Weaknesses – Opportunities – Threats (SWOT).....	21
II.6.4.	Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM).....	23
II.7	Penerapan Strategi Pemasaran.....	26
II.8.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
II.9	Perbandingan Metode Strategi Pemasaran.....	27
II.10	Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
III.1	Model Konseptual.....	31
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	33
III.2.1	Identifikasi Permasalahan dan Tujuan Penelitian.....	34
III.2.2	Metode Pengumpulan Data.....	35
III.2.3	Metode Pengolahan Data.....	37
III.2.4	Proses Perumusan Alternatif Strategi.....	37
III.2.5	Hasil Pembahasan.....	38
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		40
IV.1	Profil Perusahaan.....	40
IV.1.2	Struktur organisasi.....	41
IV.1.3	Visi & Misi.....	42
IV.2	Pengumpulan Data.....	42
IV.2.1	Menentukan Faktor Internal.....	42
IV.2.2	Melakukan Klarifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	45
IV.2.3	Menentukan Faktor Eksternal	45
IV.2.4	Melakukan Klarifikasi Peluang dan Ancaman.....	47

IV.3	Hasil Pengolahan Data.....	47
IV.3.1	Tahap Input.....	47
IV.3.2	Tahap Penyesuaian.....	63
IV.3.3	Tahap Keputusan.....	67
BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI.....		75
V.1	Analisis Faktor Internal.....	75
V.2	Analisis Faktor Eksternal.....	81
V.3	Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE).....	87
V.4	Analisis Matriks SWOT.....	88
V.5	Analisis QSPM.....	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
VI.1	Kesimpulan.....	97
VI.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		103