

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batas Penelitian.....	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
II.1 Manajemen Strategi	8
II.2 Pemasaran	10
II.3 Strategi Pemasaran.....	12
II.4 Analisis Lingkungan Internal	13
II.5 Analisis Lingkungan Eksternal.....	14
II.6 Matrik External Factor Evaluation (EFE) dan Matrik Internal Factor Evaluation (IFE)	18
II.6.1 Matrik External Factor Evaluation (EFE)	18
II.6.2 Matrik Internal Factor Evaluation (IFE)	20
II.6.3 Matrik External Internal (IE)	20

II.7 Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)	23
II.8 Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM)	26
II.9 Penelitian Terdahulu	27
II.11.1 Penelitian Aris Nugroho (2016)	27
II.11.2 Penelitian Clara Amelinda S. dan Charly H. (2017)	28
II.11.3 Penelitian Teguh B. dan Chandra P. (2014)	28
II.11.4 Penelitian Harold Linus S. dan Farah A. (2014)	29
II.11.5 Penelitian Hany S., Mas'ud E., dan Imam S. (2016)	29
II.10.6 Daftar Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
III.1 Tahap Konseptual	33
III. 2 Sistematika Pemecahan Masalah	34
III.2.1 Tahap Identifikasi dan Pendahuluan	35
III.2.2 Tahap Pengumpulan Data	36
III.2.3 Tahap Pengolahan Data dan Analisis	37
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	38
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	39
IV.1 Gambaran Umum Tri Putera Motor	39
IV.1.1 Profil Singkat Tri Putera Motor	39
IV.1.2 Produk Perusahaan	39
IV.2 Pengumpulan Data	40
IV.2.1 Lingkungan Internal Tri Putera Motor	40
IV.2.1.1 Manajemen	40
IV.2.1.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning	40
IV.2.1.3 Wawancara Konsumen	41
IV.2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa	43

IV.2.2 Lingkungan Eksternal Tri Putera Motor.....	46
IV.3 Pengolahan Data.....	50
IV.3.1 Matrik IFE	50
IV.3.2 Matrik EFE	51
IV.3.3 Analisis Strategis Matrik IE	52
IV.3.5 Analisis Matrik Quantitative Strategic Planning	54
BAB V ANALISIS.....	59
V.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal.....	59
V.2 Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Matrik SWOT.....	59
V.3 Analisis Matrik IE	60
V.4 Rekomendasi Strategi Pemasaran Untuk Tri Putera Motor	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
VI.1 Kesimpulan	62
VI.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64