

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----|
| ABSTRAK | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi..... | vii |
| Daftar Gambar..... | xi |
| Daftar Tabel | xii |
| Bab I PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Perumusan Masalah..... | 4 |
| I.3 Tujuan Tugas Akhir..... | 4 |
| I.4 Batasan Tugas Akhir | 4 |
| I.5 Manfaat Tugas Akhir..... | 4 |
| I.6 Sistematika Penulisan..... | 5 |
| Bab II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| II.1 Pengertian Marketing | 8 |
| II.2 Pengertian E-commerce | 8 |
| II.3 Pengertian Aplikasi | 9 |
| II.4 Penjualan | 9 |
| II.5 Pengertian Analisis SWOT..... | 9 |
| II.6 Analisis SWOT..... | 10 |
| II.7 Fungsi Analisis SWOT..... | 11 |

| | | |
|---------|---|----|
| II.8 | Matrik External Factor Evaluation (EFE) dan Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) | 11 |
| II.14.1 | Matrix External Factor Evaluation (EFE) | 11 |
| II.14.2 | Matrix Internal Factor Evaluation (IFE) | 12 |
| II.9 | Matrik Internal External (IE)..... | 12 |
| II.10 | Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM) | 15 |
| II.11 | Penelitian Terdahulu | 17 |
| II.12 | Perbandingan Metode | 19 |
| Bab III | SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH..... | 21 |
| III.1 | Kerangka Pemecahan Masalah / Pengembangan Model Konseptual .. | 21 |
| III.2 | Sistematika Penyelesaian Masalah | 23 |
| III.2.1 | Tahap Identifikasi..... | 24 |
| III.2.2 | Tahap Pengolahan Data..... | 25 |
| III.2.3 | Tahap Pengolahan Data dan Analisis..... | 25 |
| III.2.4 | Tahap Kesimpulan dan Saran..... | 27 |
| Bab IV | PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA..... | 28 |
| IV.1 | Profil Perusahaan..... | 28 |
| IV.1.1 | Produk Perusahaan | 29 |
| IV.2 | Data Lingkungan Internal..... | 29 |
| IV.2.1 | Analisis Bauran Pemasaran..... | 29 |
| IV.3 | Data Lingkungan Eksternal | 34 |
| IV.4 | Penentuan Indikator | 36 |
| IV.5 | Pembuatan Kuesioner | 38 |
| Bab V | ANALISA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN | 56 |
| V.1 | Analisis Perancangan Strategi Pemasaran..... | 56 |
| V.1.1 | Faktor Internal..... | 56 |

| | | |
|----------------|--|----|
| V.1.1.1 | Faktor Kekuatan Internal..... | 56 |
| V.1.1.2 | Faktor Kelemahan Internal..... | 57 |
| V.1.2 | Faktor Eksternal..... | 57 |
| V.1.2.1 | Faktor Peluang Eksternal..... | 58 |
| V.1.2.2 | Faktor Ancaman Eksternal..... | 58 |
| V.2 | Analisis Matriks IE (Internal – Eksternal)..... | 59 |
| V.3 | Analisis Matriks SWOT..... | 59 |
| V.3.1 | Strategi S-O..... | 59 |
| V.3.2 | Strategi W-O..... | 60 |
| V.3.3 | Strategi S-T..... | 60 |
| V.3.4 | Strategi W-T..... | 61 |
| V.4 | Analisis QSPM..... | 61 |
| V.5 | Analisis Validitas Perancangan Strategi Pemasaran..... | 63 |
| V.6 | Analisis Verifikasi Perancangan Strategi Pemasaran..... | 64 |
| Bab VI | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 65 |
| VI.1 | Kesimpulan..... | 65 |
| VI.2 | Saran..... | 67 |
| Daftar Pustaka | | 68 |
| LAMPIRAN | | 72 |
| I.1 | Hasil wawancara kepada pihak Svava..... | 72 |
| I.2 | Kuesioner pelanggan untuk menentukan faktor Eksternal Svava..... | 74 |
| I.3 | Hasil Kuesioner Pelanggan Svava..... | 75 |
| I.4 | kuesioner Penentuan Rating Faktor Internal Svava..... | 76 |
| I.5 | Kuesioner Penentuan Rating Faktor Eksternal Svava..... | 77 |
| I.6 | Hasil Kuesioner Penentuan Rating..... | 78 |
| I.7 | Hasil Penentuan Rating Faktor Internal..... | 86 |

| | | |
|------|---|-----|
| I.8 | Hasil Penentuan Rating Faktor Eksternal..... | 87 |
| I.9 | Kuesioner Penentuan Bobot Faktor Internal Svara | 88 |
| I.10 | Kuesioner Penentuan Bobot Faktor Eksternal Svara | 89 |
| I.11 | Hasil Kuesioner Penentuan Bobot..... | 90 |
| I.12 | Hasil Perhitungan Bobot Faktor Internal..... | 94 |
| I.13 | Hasil Perhitungan Bobot Faktor Eksternal | 95 |
| I.14 | Perhitungan Matriks IFAS..... | 96 |
| I.15 | Perhitungan Matriks EFAS | 98 |
| I.16 | Data kuesioner Faktor Internal untuk Membuat Matriks QSPM | 99 |
| I.17 | kuesioner Faktor Eksternal untuk membuat matriks QSPM..... | 100 |
| I.18 | Hasil Kuesioner QSPM | 101 |
| I.19 | Hasil Perhitungan QSPM | 109 |
| I.20 | Usulan Alternatif Strategi Berdasarkan Hasil Skor TAS | 110 |