

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERYATAAN	ii
HALAMAN PESEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil UMKM.....	1
1.1.2 Logo UMKM	2
1.1.3 Akun Media Sosial Aku Coffee and Resto	2
1.1.4 Bidang Usaha	3
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Fokus Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat penelitian	12
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>Segmenting, Targeting, Postioning (STP)</i>	15
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4 Pengertian Strategi	15
2.1.5 Manfaat Strategi.....	17
2.1.6 Hirarki Strategi.....	17
2.1.7 Strategi Bisnis	19
2.1.8 Formulasi Strategi (<i>Strategy Formulation</i>).....	20
2.1.9 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	20
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	22
2.3 Proses Perencanaan Strategi Pemasaran.....	23
2.3.1 Faktor Lingkungan	24
2.3.2 Analisis SWOT	25
2.3.3 Matriks SWOT.....	27
2.3.4 Penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	28
2.3.5 Penentuan Faktor Strategi Eksternal (IFAS).....	30
2.3.6 Matriks IE	31
2.3.7 Alternatif Strategi.....	32
2.4 Pemilihan Strategi Pemasaran	34
2.5 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5.1 Ulasan Penelitian Sripsi	36
2.5.2 Ulasan Penelitian Jurnal Nasional.....	39
2.5.3 Ulasan Penelitian Jurnal International	42
2.5 Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN	47

3.1	Metode dan Jenis Penelitian	47
3.2	Variabel Operasional	48
3.3	Model Konseptual	52
3.4	Populasi dan sampel	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.4.2	sampel	54
3.5	Lokasi Penelitian	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	55
3.7	Teknik Analisis Data	56
3.7.1	External Factor Analysis Summary (EFAS) dan Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	56
3.7.2	Matriks SWOT	59
3.7.3	Matriks IE	60
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1.	Karakteristik Informan	65
4.2.	Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Analisis Lingkungan Eksternal	66
4.2.2	Analisis Lingkungan Industri (Five Forces Analysis)	67
4.2.3	Analisis Lingkungan Internal	69
4.2.4	Marketing Mix 4P	71
	Product: Variasi dan Kualitas Produk.....	71
4.2.5	Analisis SWOT Pada Matrix IFAS dan EFAS	72
4.2.6	Matriks SWOT	78
4.3.	Strategi Bisnis.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1.	Kesimpulan.....	84

5.2. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91