

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Alternatif Solusi .....	4
I.3 Perumusan Masalah.....	6
I.4 Tujuan Penelitian .....	6
I.5 Batasan Penelitian .....	6
I.6 Manfaat Penelitian .....	7
I.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
II.1 Pemasaran .....	9
II.1.1 Definisi Pemasaran .....	9
II.1.2 Strategi Pemasaran.....	9
II.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
II.3 Analisis Lingkungan Internal.....	11
II.4 Analisis Lingkungan Eksternal .....	12
II.5 Kuisisioner.....	13
II.6 Wawancara.....	14
II.7 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) dan Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	14
II.7.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) .....	14

II.7.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	15
II.8 Matriks <i>Internal External</i> (IE) .....	17
II.9 Analisis <i>Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT) .....	19
II.10 Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) .....	21
II.11 Alasan Pemilihan Metode .....	23
II.11.1 Perbandingan Metode .....	23
II.12 Tugas Akhir Sebelumnya.....	25
BAB II SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH.....	27
II.1 Metode Konseptual .....	27
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah .....	28
III.3 Identifikasi dan Pendahuluan .....	30
III.4 Pengumpulan Data.....	30
III.5 Pengolahan Data .....	31
III.6 Metode Evaluasi .....	32
III.7 Hasil Pembahasan.....	32
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	33
IV.1 Gambaran Umum Clueless.co .....	33
IV.1.1 Profil Singkat Clueless.co .....	33
IV.1.2 Produk Perusahaan .....	35
IV.1.3 Struktur Organisasi.....	35
IV.2 Spesifikasi rancangan dan Standar perancangan.....	36
IV.3 Pengumpulan Data .....	37
IV.3.1 Kondisi Internal Perusahaan.....	37
IV.3.1.1 Produk (Product) .....	38
IV.3.1.2 Harga (Price) .....	39
IV.3.1.3 Tempat (Place) .....	40
IV.3.1.4 Promosi (Promotion) .....	40
IV.3.2 Kondisi Eksternal Perusahaan .....	41
IV.3.2.1 Faktor Politik.....	41
IV.3.2.2 Faktor Ekonomi.....	41
IV.3.2.3 Faktor Sosial.....	42
IV.3.2.4 Faktor Teknologi .....	42

IV.3.2.5 Ancaman Produk Kompetitor.....	42
IV.4 Tabel Faktor Internal .....	42
IV.5 Tabel Faktor Eksternal .....	43
IV.6 Pengolahan Data.....	44
IV.6.1 Menentukan Bobot IFE dan EFE .....	44
IV.6.2 Penentuan Rating IFE dan EFE.....	45
IV.6.3 Internal Factor Evaluation (IFE) .....	45
IV.6.4 External Factor Evaluation (EFE) .....	46
IV.6.5 Matriks IE.....	47
IV.6.6 Matriks SWOT .....	48
IV.6.7 Pemilihan Strategi Alternatif Menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	51
IV.7 Analisa Implementasi Hasil.....	52
IV.7.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal.....	52
IV.7.2 Analisis Faktor Strategi Internal.....	53
IV.7.3 Analisis Faktor Strategi Eksternal.....	54
IV.7.4 Analisis Matriks Internal – Eksternal (IE) .....	55
IV.7.5 Analisa SWOT .....	56
IV.7.6 Strategi Alternatif Terpilih Menggunakan QSPM .....	58
<b>BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>60</b>
V.1 Validasi Hasil Perancangan .....	60
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan .....	60
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	61
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
VI.1 Kesimpulan.....	62
VI.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>