

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
ABSTRACT	3
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	4
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR ISTILAH	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
I.1 Latar Belakang	15
I.2 Rumusan Masalah	23
I.3 Tujuan Tugas Akhir	23
I.4 Manfaat Tugas Akhir	23
I.5 Sistematika Penulis	24
BAB II LANDASAN TEORI	26
II.1 Literatur.....	26
II.1.1 Pemasaran	26
II.1.3 Market Research	27
II.1.4 Slovin	27
II.1.5 Uji Validitas	28
II.1.6 Uji Reliabilitas	29
II.1.7 Marketing Mix (4P)	29
II.1.8 Analisis Lingkungan Internal.....	30

II.1.9	Analisis PEST	31
II.1.10	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	31
II.1.11	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	32
II.1.12	Matriks Internal Eksternal (IE)	33
II.1.13	Analisis SWOT	34
II.1.14	Matriks SWOT	35
II.1.15	Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)	36
II.2	Pemilihan Teori	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN		40
III.1	Sistematika Perancangan	40
III.1.1	Pengumpulan data	41
III.1.2	Tahap perancangan	43
III.1.3	Tahap verifikasi	44
III.1.4	Tahap validasi	44
III.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi	44
III.3	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	45
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		46
IV.1	Pengumpulan Data	46
IV.1.1	Profil Perusahaan	46
IV.1.2	Market Research	47
IV.1.3	Audit Internal	55
IV.1.4	Audit Eksternal	63
IV.2	Tahap Perancangan	70
IV.2.1	Spesifikasi Rancangan	70
IV.2.2	Penentuan Faktor internal	71
IV.2.3	Penentuan Faktor Eksternal	72

IV.2.4	Perhitungan Bobot, Rating, dan Nilai Pembobotan	74
IV.2.5	Penyusunan Matriks IE	76
IV.2.6	Matriks SWOT	77
IV.2.7	Matriks QSPM	79
BAB V ANALISIS.....		82
V.1	Verifikasi dan Validasi	82
V.1.1	Verifikasi.....	82
V.1.2	Validasi	87
V.2	Analisis Hasil	92
V.2.1	Analisis Hasil Rancangan	92
V.2.2	Analisis sensitivitas.....	96
BAB VI KESIMPULAN dan SARAN.....		98
VI.1	Kesimpulan	99
VI.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		104