

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Batasan Masalah	12
1.7 Sistematika Penelitian Laporan Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 Pengertian Bisnis.....	14
2.1.2 Perencanaan Strategi	14
2.1.3 Konsep Strategi.....	16
2.1.4 Pemasaran.....	16
2.1.5 Strategi Pemasaran.....	17
2.1.6 Analisis SWOT	18
2.1.7 Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	21
2.1.8 IFE EFE.....	23
2.1.9 Matriks Internal Eksternal (IE)	25
2.1.10 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	43

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Jenis Data Penelitian	48
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas Data Kualitatif.....	48
3.7 Teknik Analisis Data Secara Kuantitatif.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Pengumpulan Data.....	53
4.2 Karakteristik Responden	63
4.3 Hasil dan Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.3.1 Tahap Pemasukan (<i>Input Stage</i>)	64
4.3.2 Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	68
4.3.3 Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>)	72
KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	85