

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Perumusan Masalah.....	3
I.3    Tujuan Tugas Akhir.....	3
I.4    Batasan Tugas Akhir .....	3
I.5    Manfaat Tugas Akhir.....	4
I.6    Sistematika Penulisan.....	4
Bab II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
II.1    Manajemen Strategi.....	6
II.2    Proses Manajemen Strategi .....	6
II.3    Manfaat Manajemen Strategi .....	7
II.4    Pemasaran.....	7
II.5    Bauran Pemasaran .....	8
II.6    Wawancara .....	9
II.7    Kuesioner.....	9

II.8	Strategi Pemasaran .....	9
II.8.1	Analisis Lingkungan Eksternal .....	10
II.8.2	Analisis Lingkungan Internal.....	11
II.9	Matriks External Factor Evaluation (EFE) dan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) .....	12
II.10	Matriks Internal External (IE).....	15
II.11	Analisis Strengths - Weakness - Opportunities – Threats (SWOT)	15
II.12	Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM).....	17
II.13	Alasan Pemilihan Metode .....	18
II.14	Perbandingan Metode .....	18
II.15	Tugas Akhir Sebelumnya.....	18
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 Pendahuluan .....	24
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data .....	25
III.2.3	Tahap Analisis.....	27
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	27
Bab IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI .....	28
IV.1	Profil Perusahaan.....	28
IV.2	Pengumpulan Data .....	28
IV.2.1	Lingkungan Internal Dhifi Furnitur .....	29
IV.2.2	Faktor Internal .....	30
IV.2.3	Lingkungan Eksternal Dhifi Furnitur.....	31
IV.3	Pengolahan Data.....	34
IV.3.1	Matriks IFE .....	34

IV.3.2	Matriks EFE .....	35
IV.3.3	Matriks IE .....	36
IV.3.4	Matriks SWOT .....	36
IV.3.5	Matriks QSPM .....	38
IV.4	Perancangan Promosi Online .....	42
IV.5	Perancangan Sistem Terintegrasi .....	43
Bab V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN .....		45
V.1	Analisis Matriks IFE .....	45
V.2	Analisis Matriks EFE .....	46
V.3	Analisis Matriks IE.....	47
V.4	Analisis SWOT.....	47
V.5	Analisis Matriks QSPM.....	48
V.6	Analisis Batasan .....	49
V.7	Analisis Verifikasi Perancangan Strategi Pemasaran.....	49
Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
VI.1	Kesimpulan.....	51
VI.2	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA .....		53