

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	11
I.1 Latar Belakang	11
I.2 Perumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Penelitian	14
I.4 Manfaat Penelitian	14
I.5 Batasan Penelitian	14
I.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
II.1 Manajemen Strategi	16
II.2 Proses Manajemen Strategi.....	16
II.3 Pemasaran	17
II.4 Strategi Pemasaran.....	18
II.5 Tahap Penyusunan Strategi.....	19
II.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	19
II.5.2 Analisis Lingkungan Internal.....	20
II.6 Matriks External Factor Evaluation (EFE) dan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	21
II.7 Matriks External Internal (IE).....	24
II.8 Analisis Strength – Weakness – Opportunities – Threats (SWOT).....	25
II.9 Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM)	27
II.10 Studi Literatur	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
III.1 Model Konseptual	31
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	33
III.2.1 Tahap Pendahuluan	34
III.2.2 Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	35

III.2.3 Tahap Analisis	36
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
IV.1 Profil Perusahaan	37
IV.1.1 Logo Perusahaan	37
IV.1.2 Produk Perusahaan	37
IV.2 Pengumpulan Data	38
IV.2.1 Lingkungan Internal Arca Industri.....	38
IV.2.2 Lingkungan Eksternal Arca Industri	42
IV.3 Pengolahan Data	47
IV.3.1 Faktor Internal.....	47
IV.3.2 Faktor Eksternal	48
IV.3.3 Penentuan Bobot	48
IV.3.3 Penentuan Rating	49
IV.3.3 Matriks IFE	50
IV.3.4 Matriks EFE	51
IV.3.5 Matriks IE	52
IV.3.6 Matriks SWOT.....	53
IV.3.7 Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i>	55
BAB V ANALISIS	59
V.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal	59
V.2 Analisis Matriks IE	60
V.3 Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Arca Industri	61
V.4 Analisis Strategi Pemasaran.....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	73
VI.1 Kesimpulan	73
VI.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78