

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	III
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
<u>BAB 1</u> PENDAHULUAN	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Tokopedia	1
1.1.2 Visi, Misi, Nilai dan Logo PT. Tokopedia	2
1.1.3 Struktur Organisasi	4
1.1.4 Layanan Tokopedia.....	6
1.1.5 Perkembangan Tokopedia dari Waktu ke Waktu	9
1.1.6 Dukungan Pendanaan	10
1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	10
1.3 IDENTIFIKASI MASALAH	13
1.4 TUJUAN PENELITIAN	13
1.5 KEGUNAAN PENELITIAN	13
1.5.1 Aspek Teoritis.....	13
1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 WAKTU DAN PENELITIAN (KHUSUS PROPOSAL).....	14
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 PEMASARAN	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.2 Pengertian Strategi	19
2.1.3 Pengertian Manajemen Strategi	21

2.1.4 Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
2.1.5 Pengertian SWOT	25
2.1.6 Matris Tows dan SWOT	29
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	45
2.4 HIPOTESIS	47
2.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN	47
2.5.1 Faktor-Faktor Dalam Penelitian.....	47
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	47
2.5.3 Waktu Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 JENIS PENELITIAN	48
3.1.1 OPERASIONALISASI VARIABEL	48
3.1.2 TAHAPAN PENELITIAN.....	49
3.2 POPULASI DAN SAMPEL.....	50
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	50
3.4 TEKNIK ANALISIS DATA	50
3.4.1 Analisis SWOT.....	50
3.4.2 Tahap Input	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 DESKRIPSI INFORMAN.....	56
4.2 ANALISIS DATA.....	58
4.2.1 Lingkungan Internal.....	58
4.2.2 Lingkungan Eksternal	66
4.2.3 Variabel SWOT	72
4.2.4 Matriks evaluasi faktor eksternal (Matriks EFE)	76
4.2.5 Matriks Evaluasi faktor internal (Matriks IFE)	77
4.2.6 Matrik SWOT	78
4.2.7 Matrik Space.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	79

5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84