

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan Dan Lokasi Perusahaan	1
1.1.2 Skala Usaha Dan Perkembangan Usaha	2
1.1.3 Produk Dan Layanan.....	3
1.1.4 Struktur Organisasi	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Aspek Teoritis	12
1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	13

1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Strategi	15
2.2 Pemasaran	15
2.2.1 Strategi Pemasaran	16
2.2.2 Elemen Strategi Pemasaran.....	17
2.3 Analisis SWOT	17
2.3.1 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	18
2.3.2 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	20
2.4 TOWS Matrix	21
2.4.1 Perumusan Strategi dengan Matriks SWOT	21
2.4.2 Tahapan membentuk Matriks SWOT	24
2.5 Analytical Hierarchy Process (AHP)	25
2.5.1 Kelebihan dan Kelemahan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	25
2.5.2 Tahapan Implementasi <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	26
2.6 Penelitian Terdahulu	28
2.7 Kerangka Pemikiran.....	45
2.8 Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.3 Tahapan Penelitian	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.7 Metode Pengolahan Data	54

3.8 Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Pengumpulan Data	56
4.1.1 Data Primer	56
4.1.2 Data Sekunder	56
4.2 Analisis SWOT	56
4.3 <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i>	59
4.4 Matriks IFE/EFE	65
4.4 <i>Strategy Formulation using TOWS Matrix</i>	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80