

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Studi Pustaka	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	9
2.2.2 Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	12
2.2.3. Konsep Pemasaran.....	17
2.2.4. Fungsi Pemasaran.....	17
2.2.5. Penerapan Pasar.....	20
2.2.6. Strategi Pemasaran.....	20
2.2.7. Lingkungan Pemasaran.....	22

2.2.8. Analisa Pesaing.....	24
2.2.9. Proses Pengambilan Keputusan Strategis.....	25
2.2.10. Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal.....	27
2.2.11. Analisis SWOT.....	29
2.2.12. Matriks SWOT.....	30
2.2.13. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	31
2.2.14 Prinsip-Prinsip <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	34
2.2.15 Langkah-Langkah Dasar AHP.....	36
2.2.16 Nilai dan Vektor Eigen.....	38
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.2 Instrument Penelitian.....	43
3.3 Jenis Penelitian.....	43
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5 Tahap-Tahap Penelitian.....	44
3.5.1. Identifikasi Masalah.....	44
3.5.2. Tujuan Penelitian.....	45
3.5.3. Pembatasan Masalah.....	45
3.5.4. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.5.6 Teknik Pengolahan Data.....	48
3.5.7 Kesimpulan dan Saran.....	56

3.6 Alur Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pengumpulan Data.....	58
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Usaha.....	58
4.1.2. Profil Usaha.....	59
4.1.3. Visi dan Misi.....	59
4.1.4. Struktur Organisasi.....	59
4.1.5 Jenis Produk.....	61
4.1.6 Proses Penjualan.....	64
4.1.7 Bauran Pemasaran.....	64
4.2 Analisis SWOT.....	66
4.2.1 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	66
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	69
4.3 Perumusan Alternatif Strategi.....	71
4.3.1 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Strategy</i>).....	71
4.3.2 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Strategy</i>).....	73
4.3.3 Analisis Matriks SWOT.....	74
4.4 Identifikasi Diagram Hierarki AHP.....	80
4.5 Perhitungan AHP.....	82
4.5.1 Matriks Perbandingan Antar Alternatif.....	84
4.5.2 Matriks Perbandingan Antar Kriteria.....	86

4.5.3 Penjumlahan Antar Kolom.....	87
4.5.4 Perhitungan Matrik Normalisasi.....	89
4.5.5 Nilai Eigen Vektor Rata-Rata Baris.....	92
4.5.6 Rekapitulasi Nilai Eigen Vektor Rata-Rata Baris.....	95
4.5.7 Ranking Alternatif.....	97
4.5.8 Menghitung Nilai λ Maks.....	98
4.5.9 Menguji Konsistensi Penilaian.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104