

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian. ....	5
C. Manfaat Penelitian. ....	6
D. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran .....	8
2. Strategi Pemasaran.....	8
3. Manajemen Strategi .....	9
E . Penelitian Terdahulu .....	26
F. Kerangka Pemikiran .....	29
G. Batasan Penelitian.....	30
H. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
I. Metode Penelitian .....	35
1. Metode Dasar Penelitian .....	35
2. Metode Pelaksanaan Penelitian .....	36
3. Metode Penentuan Responden.....	36
4. Macam dan Sumber Data.....	37
5. Metode Pengumpulan Data.....	38
J. Pengujian Instrumen Penelitian .....	38

K. Teknik Analisis Data .....	41
1. Analisis Deskriptif .....	41
2. Matrik IFE dan EFE .....	42
a. Matrik IFE .....	42
b. Matrik EFE .....	43
3. Matriks IE ( <i>Internal-Eksternal</i> ) .....	45
4. Analytic Hierarchy Process .....	48
<b>BAB II GAMBARAN UMUM RUMAH PRODUKSI KELORIDA .....</b>	<b>51</b>
A. Profil Perusahaan .....	51
B. Lokasi Rumah Produksi Kelorida.....	53
C. Visi dan Misi Rumah Produksi Kelorida.....	53
D. Struktur Organisasi Rumah Produksi Kelorida .....	54
E. Personalia Rumah Produksi Kelorida.....	55
F. Jenis Produk Pada Rumah Produksi Kelorida .....	56
<b>BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Analisis Bauran Pemasaran .....	60
1. Produk .....	60
2. Harga .....	62
3. Tempat .....	63
4. Promosi. ....	64
B. Analisis Lingkungan Internal .....	66
C. Analisis Lingkungan Eksternal .....	69
1. Faktor Ekonomi .....	69
2. Faktor Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan .....	70
3. Faktor Politik, Pemerintah dan Hukum .....	71
4. Faktor Teknologi.....	71
5. Faktor Kompetitif .....	71
D. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) .....	74
E. Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> ).....	76
F. Matriks IE ( <i>Internal-Eksternal</i> ).....	7

G. AHP ( <i>Analytic Hierarchy Process</i> ).....	78
1. Prioritas Bauran Berdasarkan Tujuan Meningkatkan Volume Penjualan Biji dan Kelor Instan.....	80
2. Prioritas Parameter Bauran Pemasaran Berdasarkan Tujuan Meningkatkan Volume Penjualan Biji dan Kelor Instan .....	81
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>86</b>
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>