

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan	7
E. Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran	9
2. Manajemen Strategi	10
3. Strategi Pemasaran	13
4. Bauran Pemasaran.....	19
5. Analisis Lingkungan Internal.....	24
6. Analisis Lingkungan Eksternal.....	27
7. Teknik Analisis	29
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pemikiran	38
F. Hipotesis.....	41
D. Pembatasan Penelitian.....	41

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
2. Metode Pengambilan Responden.....	48
3. Jenis Data	48
4. Metode Pengumpulan Data.....	49
B. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV GAMBARAN UMUM PT. LINGKAR ORGANIK	63
A. Profil Perusahaan	63
B. Lokasi PT. Lingkar Organik	66
C. Visi dan Misi PT. Lingkar Organik	67
D. Struktur Organisasi PT. Lingkar Organik	68
E. Personalia	70
F. Kegiatan PT. Lingkar Organik.....	71
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	75
A. Hasil Penelitian	75
B. Pengujian Hipotesis.....	104
C. Pembahasan.....	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	