

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Strategi Pemasaran.....	12
4. Manajemen Strategi	20
5. Analisis Lingkungan Usaha.....	20
6. Analisis Matriks IE (<i>Internal-Eksternal</i>)	29
7. Matrik SWOT	31
8. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	32
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Pemikiran	41
D. Pembatasan Penelitian	42
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Metode Penelitian.....	50
B. Metode Pengambilan Responden.....	51
C. Jenis dan Sumber Data	52

D. Metode Pengumpulan Data.....	53
E. Pengujian Instrumen Penelitian	54
F. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	68
A. Sejarah Khansa Food.....	68
B. Lokasi Khansa Food.....	70
C. Visi dan Misi Khansa Food	70
D. Struktur Organisasi Khansa Food	71
E. Personalia.....	73
F. Jenis Produk Khansa Food	74
G. Proses Produksi Abon	74
H. Kegiatan dalam Khansa Food	78
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
A. Hasil Penelitian	80
1. Analisis Faktor Lingkungan Internal	80
2. Matriks IFE (<i>Internal Factors Evaluation</i>).....	95
3. Analisis Lingkungan Eksternal.....	98
4. Matriks EFE (<i>Eksternal Factors Evaluation</i>).....	106
5. Matriks IE (<i>Internal Eksternal</i>)	108
6. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	110
7. Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	122
B. Pembahasan	126
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	136
A. Kesimpulan	136
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN	