

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGAJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Pemasaran.....	10
2. Strategi Pemasaran.....	10
3. Manajemen Strategi.....	11
4. Bauran Pemasaran.....	11
5. Analisis Lingkungan Internal.....	13
6. Analisis Lingkungan Eksternal.....	17
7. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	19
8. Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	20
9. Matriks <i>Internal-External</i> (IE).....	21
10. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	36
E. Batas Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Metode Penentuan Lokasi.....	38
C. Metode Penentuan Responden.....	39
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
E. Jenis dan Sumber Data.....	45
1. Jenis Data.....	45
2. Sumber Data.....	45
F. Metode Pengambilan Data.....	46
1. Observasi.....	46

2. Wawancara.....	46
3. <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....	47
4. Kuesioner.....	48
5. Dokumentasi.....	48
G. Teknis Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	48
1. Identifikasi Bauran Pemasaran 4P.....	48
2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	49
3. Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Terbaik	55
4. Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Hasil Penelitian	59
1. Gambaran Umum Gapoktan Pandowo Mulyo	59
2. Hasil Identifikasi Bauran Pemasaran 4P.....	72
3. Hasil Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	77
4. Hasil Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Terbaik.....	100
B. Pembahasan	110
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	127
A. Simpulan.....	127
B. Saran.....	127

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN