

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Kajian Teori.....	10
1.5.2 Kajian Empirik.....	30
1.6 Kerangka Pemikiran.....	48
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	48
1.7.1 Definisi Konsep.....	48

1.7.2 Definisi Operasional.....	51
1.8 Metode Penelitian.....	57
1.8.1 Jenis Penelitian.....	57
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	58
1.8.3 Objek Penelitian.....	58
1.8.4 Sumber Data.....	58
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	59
1.8.6 Uji Instrumen	60
1.8.7 Teknik Analisis Data	61
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	71
2.1 Gambaran Umum Aerofood ACS Yogyakarta	71
2.2 Visi dan Misi Aerofood ACS Yogyakarta	72
2.3 Struktur Perusahaan Aerofood ACS Yogyakarta.....	73
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
3.1 Uji Validitas.....	75
3.1.1 Hasil Uji Validitas	77
3.1.2 Uji Chi-Square	79
3.1.3 Uji Reliabilitas	81
3.2 Formulasi Strategi Fungsional Pemasaran Aerofood ACS Yogyakarta	82
3.2.1 Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal.....	82

3.3 Tahap I (<i>Input Stage</i>)	84
3.4 Tahap II (<i>Matching Stage</i>)	89
3.4.1 Diagram SWOT	89
3.4.2 Matriks SWOT	91
3.5 Tahap III (<i>Decision Stage</i>)	95
3.5.1 <i>Analytical Network Process</i> (ANP)	95
3.6 Pembahasan	98
BAB IV PENUTUP	101
4.1 Kesimpulan	101
4.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	xii