

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka.....	10
1.5.1 Tinjauan Teori	10
1.5.2 Kajian Empirik.....	38
1.6 Kerangka Pemikiran	48
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	49
1.7.1 Definisi Konsep	49
1.7.2 Definisi Operasional	50
1.8 Metode Penelitian.....	54
1.8.1 Jenis Penelitian.....	54
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	54
1.8.3 Objek Penelitian.....	55
1.8.4 Informan Penelitian.....	55
1.8.5 Sumber Data.....	56
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data	57
1.8.7 Uji Instrumen Penelitian	58
1.8.8 Teknik Analisis Data	60
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	70

2.1 Profil Perusahaan	70
2.2 Visi dan Misi.....	72
2.3 Produk.....	72
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	73
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	73
3.1.1 Hasil Uji Validitas <i>Cochran Q-Test</i>	73
3.1.2 Hasil Uji Validitas <i>Product Moment</i>	75
3.1.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
3.2 Hasil Rumusan Strategi Pemasaran PT Gagas Anagata Nusantara	77
3.2.1 Hasil Analisis SWOT	84
3.2.2 Hasil Analisis <i>Analytic Network Process</i> (ANP)	107
3.3 Pembahasan	110
BAB IV PENUTUP	115
4.1 Kesimpulan.....	115
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	122