

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Landasan Teori	10
F. Penelitian Terdahulu	26
G. Kerangka Pemikiran	33
H. Hipotesis	37
I. Definsi Operasional	41
J. Metode Penelitian	46

BAB II KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan	60
B. Lokasi dan Keadaan Geografis	63
C. Visi dan Misi Perusahaan	65
D. Kegiatan Perusahaan	65
E. Struktur Organisasi Perusahaan Sabila Farm	67
F. Ketenagakerjaan Perusahaan	70

BAB III BUDIDAYA BUAH NAGA

A. Teknik Budidaya Buah Naga	72
B. Produksi Buah Naga di Sabila Farm	91
C. Pascapanen Buah Naga	93
D. Penanganan Pascapanen	93
E. Pengolahan	100

BAB IV STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN

SABILA FARM

A. Identifikasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Sabila Farm.....	102
B. Identifikasi Faktor Penyusun Strategi Bauran Pemasaran	109

BAB V ANALISIS DATA

A. Matriks Pembobotan Kriteria Bauran Pemasaran	116
B. Matriks Pembobotan Subkriteria Bauran Pemasaran	118
C. Matriks Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria Bauran Pemasaran ...	134
D. Matriks Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Bauran Pemasaran.....	155

BAB VI PEMBAHASAN

A. Analisis Kriteria Bauran Pemasaran	228
B. Analisis Subkriteria Bauran Pemasaran	231
C. Analisis Prioritas Strategi Bauran Pemasaran.....	246
D. Hasil dan Pembahasan Kuisisioner Lingkungan Eksternal.....	250

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 260

B. Saran 261

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

HALAMAN

Tabel 1.1 Volume Produksi Buah Naga Putih dan Merah Tahun 2007-2014	3
Tabel 1.2 Intensitas Kepentingan	25
Tabel 1.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	30
Tabel 1.4 Teori Keberlangsungan Usaha	39
Tabel 1.5 Skor Penilaian AHP	53
Tabel 1.6 Kuisisioner Matriks	54
Tabel 1.7 Kuisisioner Semantik Diferensial	54
Tabel 1.8 Matriks Perbandingan Berpasangan	56
Tabel 1.9 Ordo Matriks Ratio Indeks	58
Tabel 2.1 Data Luas Area Kebun dan Jenis Tanaman	64
Tabel 2.2 Daftar Tenaga Kerja di Perusahaan Sabila Farm	71
Tabel 5.1 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Bauran Pemasaran	116
Tabel 5.2 Matriks Pembobotan Kriteria Bauran Pemasaran	117
Tabel 5.3 Uji Konsistensi Kriteria Bauran Pemasaran	118
Tabel 5.4 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Price</i>	119
Tabel 5.5 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Price</i>	120
Tabel 5.6 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Price</i>	121
Tabel 5.7 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Product</i>	122
Tabel 5.8 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Product</i>	122
Tabel 5.9 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Product</i>	123

Tabel 5.10 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Place</i>	124
Tabel 5.11 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Place</i>	124
Tabel 5.12 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Place</i>	125
Tabel 5.13 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Promotion</i>	126
Tabel 5.14 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Promotion</i>	126
Tabel 5.15 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Promotion</i>	127
Tabel 5.16 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Process</i>	128
Tabel 5.17 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Process</i>	128
Tabel 5.18 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Process</i>	129
Tabel 5.19 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>Physical Evidence</i>	130
Tabel 5.20 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>Physical Evidence</i>	131
Tabel 5.21 Uji Konsistensi Subkriteria <i>Physical Evidence</i>	131
Tabel 5.22 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria <i>People</i>	132
Tabel 5.23 Matriks Pembobotan Subkriteria <i>People</i>	133
Tabel 5.24 Uji Konsistensi Subkriteria <i>People</i>	133
Tabel 5.25 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Price</i>	135
Tabel 5.26 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Price</i>	136
Tabel 5.27 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Price</i>	136
Tabel 5.28 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Product</i>	138
Tabel 5.29 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Product</i>	139
Tabel 5.30 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Product</i>	139

Tabel 5.31	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Place</i>	141
Tabel 5.32	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Place</i>	142
Tabel 5.33	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Place</i>	142
Tabel 5.34	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Promotion</i>	144
Tabel 5.35	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Promotion</i>	145
Tabel 5.36	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Promotion</i>	145
Tabel 5.37	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Process</i>	147
Tabel 5.38	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Process</i>	148
Tabel 5.39	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Process</i>	148
Tabel 5.40	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Physical Evidence</i>	150
Tabel 5.41	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>Physical Evidence</i>	151
Tabel 5.42	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>Physical Evidence</i>	151
Tabel 5.43	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Kriteria <i>People</i>	153
Tabel 5.44	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Kriteria <i>People</i>	154
Tabel 5.45	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria <i>People</i>	154
Tabel 5.46	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Tempat	156
Tabel 5.47	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Tempat.....	157
Tabel 5.48	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Tempat	158
Tabel 5.49	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Operasional	159
Tabel 5.50	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Operasional	160

Tabel 5.51 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Operasional.....	160
Tabel 5.52 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Pokok Produksi	162
Tabel 5.53 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Pokok Produksi	163
Tabel 5.54 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Pokok Produksi.....	163
Tabel 5.55 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Jual	165
Tabel 5.56 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Jual.....	166
Tabel 5.57 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Harga Jual	166
Tabel 5.58 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Resiko	168
Tabel 5.59 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Resiko.....	169
Tabel 5.60 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Biaya Resiko	169
Tabel 5.61 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Diversifikasi Produk	171
Tabel 5.62 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Diversifikasi Produk	172
Tabel 5.63 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Diversifikasi Produk.....	172
Tabel 5.64 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Karakteristik Produk	174
Tabel 5.65 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Karakteristik Produk	175
Tabel 5.66 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Karakteristik Produk.....	175
Tabel 5.67 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Merk (<i>Brand</i>)	177
Tabel 5.68 Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Merk (<i>Brand</i>).....	178
Tabel 5.69 Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Merk (<i>Brand</i>)	178

Tabel 5.70	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Efisiensi Transportasi	180
Tabel 5.71	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Efisiensi Transportasi	181
Tabel 5.72	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Efisiensi Transportasi.....	181
Tabel 5.73	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Kemudahan Akses	182
Tabel 5.74	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Kemudahan Akses	183
Tabel 5.75	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Kemudahan Akses.....	184
Tabel 5.76	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Kenyamanan Akses Ke Lokasi	185
Tabel 5.77	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Kenyamanan Akses Ke Lokasi	186
Tabel 5.78	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Kenyamanan Akses Ke Lokasi	186
Tabel 5.79	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Hubungan Masyarakat	188
Tabel 5.80	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Hubungan Masyarakat	189
Tabel 5.81	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Hubungan Masyarakat	189
Tabel 5.82	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Media Periklanan	190
Tabel 5.83	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Media Periklanan	191
Tabel 5.84	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Media Periklanan.....	192
Tabel 5.85	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Personal Selling</i>	193
Tabel 5.86	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Personal Selling</i>	194
Tabel 5.87	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Personal Selling</i>	194

Tabel 5.88	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Jasa Pengiriman Produk	196
Tabel 5.89	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Jasa Pengiriman Produk	197
Tabel 5.90	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Jasa Pengiriman Produk	197
Tabel 5.91	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Debit dan Credit Card</i>	198
Tabel 5.92	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Debit dan Credit Card</i>	199
Tabel 5.93	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Debit dan Credit Card</i>	200
Tabel 5.94	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Deadline Layanan</i>	201
Tabel 5.95	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Deadline Layanan</i>	202
Tabel 5.96	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria <i>Deadline Layanan</i>	203
Tabel 5.97	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Fasilitas Pendukung	204
Tabel 5.98	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Fasilitas Pendukung	205
Tabel 5.99	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Fasilitas Pendukung.....	206
Tabel 5.100	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Tata Letak Fasilitas	207
Tabel 5.101	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Tata Letak Fasilitas	208
Tabel 5.102	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Tata Letak Fasilitas.....	208
Tabel 5.103	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Interior dan Eksterior yang Menarik	209
Tabel 5.104	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Interior dan Eksterior yang Menarik	210
Tabel 5.105	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Interior dan Eksterior yang Menarik	211

Tabel 5.106	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Training</i>	212
Tabel 5.107	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Training</i>	213
Tabel 5.108	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Training</i>	214
Tabel 5.109	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Motivasi Karyawan	215
Tabel 5.110	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Motivasi Karyawan	216
Tabel 5.111	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Motivasi Karyawan.....	216
Tabel 5.112	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Reward</i>	218
Tabel 5.113	Matriks Pembobotan Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Reward</i>	219
Tabel 5.114	Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Subkriteria Pemberian <i>Reward</i>	219
Tabel 5.115	Hasil Pembobotan Gabungan Kriteria & Subkriteria Bauran Pemasaran.....	222
Tabel 5.116	Hasil Pembobotan Gabungan Kriteria & Subkriteria Bauran Pemasaran Dengan Alternatif.....	222
Tabel 5.117	Pengambilan Keputusan Alternatif Terbaik.....	224
Tabel 5.118	Skor Pernyataan Orientasi Pelanggan.....	225
Tabel 5.119	Skor Pernyataan Orientasi Pesaing.....	226
Tabel 5.120	Skor Pernyataan Kebijakan Pemerintah	227
Tabel 6.1	Hasil Pembobotan Antar Kriteria	228
Tabel 6.2	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Price</i>	232
Tabel 6.3	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Product</i>	234
Tabel 6.4	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Place</i>	236
Tabel 6.5	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Promotion</i>	238

Tabel 6.6	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Process</i>	240
Tabel 6.7	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>Physical Evidence</i>	242
Tabel 6.8	Hasil Pembobotan Antar Sub Kriteria <i>People</i>	244
Tabel 6.9	Pengambilan Keputusan Alternatif Terbaik	247
Tabel 6.10	Skor Pernyataan Orientasi Pelanggan	251
Tabel 6.11	Skor Pernyataan Orientasi Pesaing / Kompetitor	256
Tabel 6.12	Skor Pernyataan Kebijakan Pemerintah.....	258

DAFTAR GRAFIK

HALAMAN

Grafik 3.1 Produksi Buah Naga Putih Sabila Farm 2007-2014	92
Grafik 3.2 Produksi Buah Naga Merah Sabila Farm 2007-2014	93

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	36
Gambar 1.2 Hierarki Pengambilan Keputusan	51
Gambar 1.3 Hierarki Pengambilan Keputusan	52
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan Sabila Farm	69

DAFTAR LAMPIRAN

HALAMAN

1. Lembar Kuisisioner <i>Analytical Hierarchy Process</i>	1
2. Lembar Kuisisioner Lingkungan Eksternal	51
3. Matriks Pembobotan Kriteria Bauran Pemasaran	55
4. Matriks Pembobotan Sub Kriteria Bauran Pemasaran	56
5. Matriks dan Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Kriteria	63
6. Matriks dan Uji Konsistensi Alternatif Terhadap Sub Kriteria	70
7. Pengambilan Keputusan Alternatif Terbaik	93
8. Dokumentasi	95