DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
ABSTRAK ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
Bab 1 Pendahuluan 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah 3
1.3. Tujuan Penelitian 3
1.4. Pembatasan Masalah 3
1.5. Asumsi 5
1.6. Sistematika Penulisan 5
Bab 2 Landasan Teori 7
2.1. Pemasaran 7
2.1.1. Pengertian Pemasaran 7
2.1.2. Konsep-Konsep Orientasi Perusahaan Ke Arah Pasar 8
2.2. Sistem Pemasaran 12
2.2.1. Pengertian Sistem Pemasaran 12
2.2.2. Macam-Macam Sistem Pemasaran 13
2.3. Strategi Pemasaran 13
2.4. Bauran Pemasaran 15
2.4.1. Definisi Unsur-Unsur Bauran Pemasaran Strategi Produk (4P) 18
2.4.2. Bauran Promosi 21
2.4.2.1. Pengertian Promosi 24
2.4.2.2. Fungsi Promosi 25
2.4.2.3. Tujuan Promosi 25

2.4.3. Tujuan Perusahaan Dalam Pemasaran 27
2.5. Struktur Pasar 28
2.5.1. Kelompok Pasar 29
2.5.2. Segmentasi Pasar 29
2.6. Membangun Kepuasan, Nilai, Upaya Mempertahankan Pelanggan atau Konsumen dan perilaku Konsumen 30
2.6.1. Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan 30
2.6.2. Perilaku Konsumen 31
2.6.3. Kepuasan Pelanggan 32
2.6.4. Manfaat Mengukur Kepuasan Pelanggan 33
2.6.5. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan 35
2.7. Beberapa Aspek Dalam Pemasaran 35
2.7.1. Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pemasaran 35
2.7.2. Aspek Teknis 36
2.7.3. Pengertian Umum Strategi 36
2.7.4. Strategi Generik 39
2.7.4.1. Strategi Generik Dari Porter 39
2.7.4.2. Strategi Utama 40
2.8. Pengujian Statistik Alat Ukur 46
2.8.1. Korelasi Item 46
2.8.2. Uji Reliabilitas (Keandalan Alat Ukur) 48
2.9. EFI (Evaluasi Faktor Internal) dan EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) 49
2.9.1. EFI (Evaluasi Faktor Internal) Berdasarkan Faktor Kekuatan dan Kelemahan 49
2.9.2. EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) Berdasarkan Faktor Peluang dan Ancaman 52
2.10. Matrik Internal-Eksternal/*General Eletric* (GE-Models) 54
2.10.1. Strategi Pertumbuhan 54
2.10.2. Strategi Stabilitas 54
2.10.3. Strategi Penciutasn 54
2.11. Analisis SWOT 58

2.12. Matrik Penentuan Strategi 63
Bab 3 Metodologi Penelitian 65
3.1. Flowchart Pemecahan Masalah 66
3.2. Langkah-Langkah Pemecahan Masalah 67
Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data 75
4.1. Gambaran Perusahaan 75
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan 75
4.1.2. Manajemen Perusahaan 75
4.1.2.1 Struktur Organisasi..... 75
4.1.2.2. Pembagian Tugas *(Job Description)*..... 77
4.1.2.3. Pembagian Gaji, Jaminan Sosial, Jadwal Kerja dan Jumlah Hari Kerja 78
4.1.3. Sumber Daya Perusahaan 79
4.1.4. Unit Tas 80
4.1.4.1. Unit Bisnis Tas 80
4.1.4.2. Unit Bisnis Percetakan dan *Offset* 82
4.1.4.3. Unit Bisnis Perdagangan Umum 82
4.1.5. Data Karyawan 83
4.1.6. Kegiatan Produksi 85
4.1.6.1. Proses Produksi 85
4.1.7. Pengadaan Input 87
4.2. Pengumpulan Data 88
4.2.1. Menganalisis dan Mengidentifikasi Faktor-Faktor Internal Berdasarkan Kekuatan-Kelemahan 88
4.2.2. Menganalisis dan Mengidentifikasi Faktor-Faktor Eksternal Berdasarkan Peluang-Ancaman 90
4.2.3. Penentuan Penyebaran Sampel Kuesioner 91
4.2.4. Penentuan *Score* Kuesioner 93
4.2.5. Penyebaran Kuesioner Tahap Awal Untuk Faktor Internal Berdasarkan Kekuatan dan Kelemahan (n = 30) 92
4.2.6. Penyebaran Kuesioner Tahap Akhir Untuk Faktor Eksternal Berdasarkan Peluang dan Ancaman (n = 32) 93

4.3. Pengolahan Data 93
4.3.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner Tahap Awal Untuk Faktor Internal Berdasarkan Kekuatan dan Kelemahan (n = 30) 93
4.3.1.1. Uji Validitas Tahap Awal Untuk Faktor Internal Berdasarkan Kekuatan dan Kelemahan 93
4.3.1.2. Uji Reliabilitas Tahap Awal Untuk Faktor Internal Berdasarkan Kekuatan dan Kelemahan (n = 30)..... 95
4.3.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner Untuk Faktor Eksternal Berdasarkan Peluang dan Ancaman (n = 32) 95
4.3.2.1. Uji Validitas Untuk Faktor Eksternal Berdasarkan Peluang dan Ancaman (n = 32) 95
4.3.2.2. Uji Reliabilitas Tahap Akhir Untuk Faktor Eksternal Berdasarkan Peluang dan Ancaman (n = 32) 97
4.3.3. Hasil Kuesioner Matrik EFI (Evaluasi Faktor Internal) Untuk Faktor Kekuatan dan Kelemahan 97
4.3.3.1. Perhitungan Matrik EFI (Evaluasi Faktor Internal) Untuk Faktor Kekuatan 101
4.3.3.2. Perhitungan Matrik EFI (Evaluasi Faktor Internal) Untuk Faktor Kelemahan 103
4.3.4. Hasil Kuesioner Matrik EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) Untuk Faktor Peluang dan Ancaman 106
4.3.4.1. Perhitungan Matrik EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) Untuk Faktor Peluang 109
4.3.4.2. Perhitungan Matrik EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) Untuk Faktor Ancaman 111
4.3.5. Matrik Internal-Eksternal/*General Electric* (GE-Model) 113
4.3.6. Matrik SWOT 115
4.3.7. Matrik Penentuan Strategi 118
Bab 5 Analisis 121
5.1. Matrik EFI (Evaluasi Faktor Internal) dan Matrik EFE

(Evaluasi Faktor Eksternal) 121
5.2. Matrik Internal-Eksternal/*Generic Electric* (GE-Model) 121
5.3. Matrik Penentuan Strategi 122
Bab 6 Kesimpulan dan Saran 132
6.1. Kesimpulan 132
6.2. Saran 135
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN