DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
ABSTRAK..... ii
LEMBAR PERUNTUKAN iii
KATA PENGANTAR..... iv
DAFTAR ISI..... vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR..... xii
DAFTAR LAMPIRAN..... xv

Bab 1 Pendahuluan 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Pembatasan Masalah 4
1.5. Sistematika Penulisan 5

Bab 2 Landasan Teori 6
2.1. Konsep Strategi 6
2.1.1. Proses Manajemen Strategi 7
2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan 7
2.2. Konsep Pemasaran 10
2.2.1. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan 13
2.2.2. Nilai, Budaya dan Kepuasan 13
2.2.3. Pertukaran dan Transaksi 14
2.2.4. Pasar dan Pemasaran 15
2.2.5. Bentuk-bentuk Struktur Pasar..... 18
2.3. Manajemen Pemasaran 19
2.3.1. Falsafah Manajemen Pemasaran 20
2.3.2. Tujuan Sistem Pemasaran 21

2.4. Strategi Pemasaran 23
2.4.1. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 24
2.5. Analisis Lingkungan Bisnis 27
2.5.1. Lingkungan Eksternal 27
2.5.2. Lingkungan Internal 35
2.6. Implementasi Strategi 36
2.7. Tahapan Perencanaan Strategis 39
2.7.1. Matriks *IFE* (*Internal Factors Evaluation*) 40
2.7.2. Matriks *EFE* (*External Factors Evaluation*) 42
2.7.3. Matriks *Internal – Eksternal* (*IE*) 43
2.7.4. Matriks *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) 48
2.7.5. Pemilihan Alternatif Strategi QSPM (*Quantitative Strategies Planning Matrix* 51
2.8. Tahap Pengambilan Keputusan 53
2.9. Alternatif Strategi Terpilih 53
2.10. Formula Umum Penentuan Ukuran Sampel 54
2.11. Uji Validitas dan Reliabilitas 55
2.11.1. Uji Validitas 55
2.11.1. Uji Reliabilitas 55
2.12. Pengujian Alat Ukur 56

Bab 3 Metodologi Penelitian 57
3.1. *Flowchart* Pemecahan Masalah 57
3.2. Langkah-langkah Pemecahan Masalah 59

Bab 4 Pengumpulan dan PengolahanData 70
4.1. Data Umum Perusahaan 70
4.1.1. Sejarah Perusahaan 70
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan 70
4.1.3. Struktur Organisasi 71

4.2. Pengumpulan Data 74
4.2.1. Menganalisis dan Mengidentifikasi Kondisi Faktor Internal CV. Media Karya Teknologi 74
4.2.2. Menganalisis dan Mengidentifikasi Kondisi Faktor Ekternal CV. Media Karya Teknologi 82
4.2.2.1. Lingkungan Umum (Makro) 82
4.2.2.2. Lingkungan Industri (Mikro) 87
4.2.3. Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal 89
4.2.4. Membuat Kuesioner 91
4.2.4. Penyebaran Kuesioner 91
4.3. Uji Validitas dan Uji Realibilitas 92
4.3.1. Pengujian Uji Validitas 92
4.3.2. Uji Reliabilitas 95
4.4. Pengolahan Data 96
4.4.1. Pengolahan Data 96
4.4.1.1. Matriks *Internal Factor Evaluati*on (IFE) 96
4.4.1.2. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) .. 104
4.4.1.3. Matriks IE *(Internal* dan *Eksternal)* 111
4.4.1.4. Matriks SWOT Analisis 112
4.4.1.5. Pengambilan Keputusan Strategi Menggunakan QSPM 117

Bab 5 Analisis 122
5.1. Analisis *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) 122
5.2. Analisa *Matriks ekternal Factor Evaluation* (EFE) 122
5.3. Analisis Matrik Internal-Eksternal (IE) 123
5.4. Analisis SWOT 123
5.5. Analisis Pengambilan Keputusan Strategi dengan Menggunakan (QSPM) 127

Bab 6 Kesimpulan dan Saran 129
6.1. Kesimpulan 129

6.2. Saran 131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN