

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Pembatasan Masalah	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Strategi Pemasaran	7
2.2.1 Unsur Strategi Pemasaran	8
2.3 Penjualan.....	9
2.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	9
2.3.2 Keterkaitan antara Strategi Pemasaran dengan Penjualan....	10
2.4 Sumber Data.....	11
2.5 Populasi dan Sampel	12
2.5.1 Populasi	12
2.5.2 Sampel.....	13
2.5.3 Teknik Sampling	13
2.6 Pengujian Data	14
2.6.1 Uji Validitas	15
2.6.2 Uji Reliabilitas.....	15
2.7 Analisis SWOT	16
2.7.1 Lingkungan Internal	17

2.7.2	Lingkungan Eksternal	18
2.8	Perencanaan Strategi	20
2.8.1	<i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	20
2.8.2	<i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	21
2.8.3	Matriks Internal-Eksternal.....	22
2.8.4	Matriks SWOT	24
2.8.5	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Metodologi Penelitian	27
3.2	Uraian Metodologi Penelitian	28
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	34
4.1	Pengumpulan Data	34
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.1.4	Proses Bisnis Perusahaan	36
4.1.5	Tata Letak Perusahaan CV. <i>Elastico7</i>	38
4.1.6	Penyebaran Kuesioner Terbuka Internal dan Eksternal	39
4.1.7	Kuesioner <i>Pretest</i>	41
4.1.8	Penyebaran Kuesioner Tertutup Pelanggan	45
4.1.9	Rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal	48
4.2	Pengolahan Data.....	49
4.2.1	Matriks IFE dan EFE.....	49
4.2.2	Matriks I-E (Internal-Eksternal).....	51
4.2.3	Matriks SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>).....	52
4.2.4	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	58
BAB V	ANALISIS	65
5.1	Analisis Keterkaitan Ayat Al-Qur'an dengan Penelitian.....	65
5.2	Analisis Kuesioner Terbuka.....	65
5.3	Analisis Kuesioner <i>Pretest</i>	66
5.3.1	Analisis Uji Validitas	66
5.3.2	Analisis Uji Reliabilitas	66
5.4	Analisis Sampel Kuesioner Sebenarnya.....	66
5.5	Analisis Kuesioner Tertutup Pelanggan.....	67

5.6	Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	67
5.7	Analisis Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	67
5.8	Analisis Matriks I-E (<i>Internal-Eksternal</i>).....	67
5.9	Analisis Matriks SWOT	68
5.10	Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	69
5.11	Analisis Peta Prioritas Strategi Elastico7	70
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	71
6.1	Kesimpulan	71
6.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	74

