

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Manajemen Strategi	7
2.2 Konsep Strategi	7
2.3 Strategi pemasaran	10
2.4 Produktivitas	13
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	14
2.6 Analisis TOWS	15
2.7 Pengertian <i>Brand</i>	19
2.8 <i>Brand Awareness</i>	20
2.9 Penelitian terdahulu	21
2.10 Kerangka pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis dan Desai Penelitian	37
3.1.1 Tempat dan waktu penelitian	38
3.2 Data dan Informasi	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39

3.3.1 Studi pustaka	39
3.3.2 Studi lapangan	39
3.3.3 Brainstorming	40
BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan data	42
4.1 Sejarah umum perusahaan	42
4.2 Visi dan Misi	43
4.3 Struktur organisasi	43
4.4 Sumberdaya	44
4.5 Operasional Soto sumarna	48
4.5.1 Lingkungan Eksternal	49
4.5.2 Analisis Struktur industri	52
4.5.3 lingkungan Internal	55
4.6 Strategi pemasaran	59
4.6.1 Research dan pengembangan	68
4.7 Pengumpulan data	68
BAB V ANALISIS DATA	71
5.1 Pembobotan EFAS	71
5.2 Pembobotan IFAS	72
5.3 Matrik Profil Pesaing	73
5.4 Grand Strategi Matrik	75
5.5 Analisis TOWS	76
5.5.1 Strategi Pengelolaan Perusahaan	78
5.5.2 Penerapan Perbaikan	78
5.6 Pengukuran Ulang Data	81
5.6.1 Data Awal	82
5.6.2 Data setelah perbaikan	82
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	84
Daftar Pustaka	85
Lampiran	86