

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Zero-Waste Store.....	12
2.1.1. Sejarah dan penerapan.....	12
2.2. <i>Sustainable Marketing</i> .....	16
2.3. Manajemen Bisnis .....	19
2.4. Manajemen Strategi.....	21
2.5. Lingkungan Internal-Eksternal.....	25
2.6. Formulasi Strategi .....	30
2.6.1. Matriks internal factor evaluation (IFE) .....	30
2.6.2. Matriks external factor evaluation (EFE).....	33
2.6.3. <i>Strengths – weaknesses – opportunity – threat (SWOT)</i> .....	36
2.7. Kepuasan Konsumen.....	39
2.8. Customer’s Satisfaction Index .....	41

2.9.	Kebijakan Terkait Zero-Waste Store.....	44
2.9.1.	Sustainable development goals (SDGs).....	44
2.9.2.	Peraturan menteri lingkungan hidup dan kehutanan Republik Indonesia.....	47
2.10.	Penelitian terdahulu .....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1.	Objek Penelitian .....	51
3.2.	Jenis dan Sumber Data .....	51
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	52
3.4.	Pengolahan dan Analisis Data.....	57
3.5.	Tahapan Penelitian .....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		65
4.1.	Profil Objek .....	65
4.1.1.	Peony ecohouse bulkstore .....	65
4.1.2.	Vert terre .....	66
4.2.	Karakteristik Konsumen.....	68
4.3.	Analisis Kepuasan Konsumen.....	78
4.3.1.	Uji validitas dan uji reliabilitas .....	78
4.3.2.	Tingkat kepuasan konsumen “zero-waste store” .....	84
4.4.	Profil Narasumber .....	87
4.4.1.	Pemasok ( <i>supplier</i> ) .....	87
4.4.2.	Konsumen ( <i>consumer</i> ) .....	89
4.4.3.	Pemangku kepentingan ( <i>stakeholder</i> ).....	91
4.5.	Perumusan Strategi.....	93
4.1.	Identifikasi faktor-faktor internal-eksternal <i>zero-waste store</i> .....	94
4.2.	Penilaian rating dan bobot faktor .....	96
4.3.	Perhitungan <i>internal factors evaluation (IFE) score</i> dan <i>external factors evaluation (EFE) score</i> .....	97
4.6.	<i>Key Success Factors</i> .....	102
4.7.	<i>Grand Strategy</i> .....	108
4.8.	Proyeksi Strategi <i>Zero-Waste Store</i> .....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		114
5.1.	Kesimpulan.....	114

5.2. Saran .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN .....	123