

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Penelitian Terdahulu.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Oleh-oleh.....	11
2.2 Salak Pondoh.....	14
2.3 <i>Pie</i> Salak	16
2.4 Kepuasan Konsumen.....	20
2.5 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	23
2.6 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	25
2.7 Pemasaran	30
2.8 Strategi Pemasaran.....	31
2.9 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	33
2.10 Bauran Pemasaran.....	35
2.11 Perumusan Strategi	37
2.11.1 Tahap Pengumpulan Data (<i>Input Stage</i>)	37

2.11.2	Tahap Pengumpulan Informasi/Analisis (<i>Matching Stage</i>).....	38
2.11.3	Tahap Pengambilan Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	40
2.12	Analisis SWOT.....	40
2.13	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	44
2.14	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
2.15	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Objek Penelitian.....	52
3.2	Data-data yang Dibutuhkan	52
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	53
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.5	Tahapan Penelitian	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Profil UMKM Chooby	72
4.2	Bauran Pemasaran <i>Pie Salak Pondoh Chooby</i>	77
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	83
4.4	Karakteristik Responden	86
4.5	Analisis Kepuasan Konsumen	105
4.5.1	Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	105
4.5.2	Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	107
4.6	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	115
4.7	Perumusan Strategi Pemasaran	117
4.7.1	Analisis SWOT.....	117
4.7.1.1	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	117
4.7.1.2	Pemetaan Matriks Internal Eksternal (I-E).....	122
4.7.1.3	Alternatif Strategi dengan Matriks SWOT.....	124
4.7.2	Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	134
PENUTUP		141
5.1	Kesimpulan.....	141
5.2	Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA.....		143
LAMPIRAN.....		148