

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | i    |
| <b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....  | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....   | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....  | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | v    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | vii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | x    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xi   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xii  |
| <b>INTISARI</b> .....   | xiii |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | xiv  |
| <b>BAB I</b> .....  | 1    |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....  | 1    |
| <b>A. Latar Belakang</b> .....  | 1    |
| <b>B. Perumusan Masalah</b> .....   | 4    |
| <b>C. Tujuan</b> .....  | 5    |
| <b>D. Manfaat</b> .....   | 5    |
| <b>BAB II</b> .....   | 7    |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI</b> .....   | 7    |
| <b>A. Tinjauan Pustaka</b> .....  | 7    |
| <b>B. Landasan Teori</b> .....  | 10   |
| 1. Pengertian Pemasaran .....   | 10   |
| 2. Konsep pemasaran.....  | 11   |
| 3. Strategi Pemasaran .....   | 12   |
| 4. Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)..... | 14   |
| 5. Matrik Internal-Eksternal (IE Matrik).....   | 15   |
| 6. Analisis SWOT.....   | 15   |
| 7. Analisis QSPM.....   | 17   |
| <b>C. Kerangka Pikiran</b> .....  | 17   |
| <b>D. Hipotesis</b> .....   | 20   |
| <b>BAB III</b> .....  | 21   |
| <b>METODOLOGI</b> .....   | 21   |



|  |    |
|--|----|
| <b>A. Metode Dasar</b> .....                               | 21 |
| <b>B. Jenis Data</b> .....                                 | 21 |
| <b>C. Teknik Pengumpulan Data</b> .....                    | 21 |
| <b>D. Jenis dan Sumber Data</b> .....                      | 22 |
| <b>E. Asumsi dan Pembatasan Masalah</b> .....              | 22 |
| <b>F. Definisi Operasional Variabel</b> .....              | 22 |
| <b>G. Metode Analisis Data</b> .....                       | 24 |
| 1. Uji Validitas .....                                     | 24 |
| 2. Uji Reliabilitas.....                                   | 25 |
| 3. Analisis Matrik IFE dan matrik EFE .....                | 25 |
| 4. Matrik IE (Internal – Eksternal).....                   | 27 |
| 5. Analisis SWOT .....                                     | 28 |
| 6. Analisis QSPM.....                                      | 30 |
| <b>BAB IV</b> .....  | 32 |
| <b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....                      | 32 |
| <b>A. Sejarah Singkat Perusahaan</b> .....                 | 32 |
| <b>B. Visi dan Misi Perusahaan</b> .....                   | 32 |
| <b>C. Nilai dan Tujuan Perusahaan</b> .....                | 33 |
| <b>D. Produk Perusahaan</b> .....                          | 33 |
| <b>E. Struktur Organisasi</b> .....                        | 34 |
| <b>F. Pembagian Tugas dan Tanggungjawab</b> .....          | 35 |
| <b>BAB V</b> .....   | 38 |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                          | 38 |
| <b>A. Uji Validitas</b> .....                              | 39 |
| <b>B. Uji Reliabilitas</b> .....                           | 41 |
| <b>C. Analisis Matriks IFE dan EFE</b> .....               | 41 |
| 1. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ).....  | 42 |
| 2. Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> )..... | 49 |
| <b>D. Matriks IE (Internal – Eksternal)</b> .....          | 56 |
| <b>E. Diagram Analisis SWOT</b> .....                      | 58 |
| <b>F. Analisis Matriks SWOT</b> .....                      | 59 |
| <b>G. Analisis Matriks QSP</b> .....                       | 62 |
| <b>BAB VI</b> .....  | 66 |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                          | 66 |
| <b>A. Kesimpulan</b> .....                                 | 66 |



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN COKELAT PADA CV. NDALEM MULYA MANDIRI  
YOGYAKARTA**

RIZKYANA, Prof. Dr. Ir. Dwidjono Hadi Darwanto, S.U; Sugiyarto, S.P., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>B. Saran.....</b>       | <b>66</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>68</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>70</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah hasil produksi kakao di Indonesia .....   | 1  |
| Tabel 2.1 Informasi Jumlah Perusahaan, dan Jumlah Produksi Industri Cokelat di<br>Indonesia.....   | 8  |
| Tabel 3.1 Analisis Matrik IFE .....  | 26 |
| Tabel 3.2 Analisis Matrik EFE .....  | 27 |
| Tabel 3.3 Matrik SWOT .....  | 29 |
| Tabel 3.4 Matrik QSPM .....  | 31 |
| Tabel 5.1 Uji Validitas Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pemasaran<br>Produk Olahan Cokelat CV. nDalem Mulya Mandiri .....    | 40 |
| Tabel 5.2 Uji Reliabilitas Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pemasaran<br>Produk Olahan Cokelat CV. nDalem Mulya Mandiri ..... | 41 |
| Tabel 5.3 Hasil Akhir Analisis Faktor Internal CV. nDalem Mulya Mandiri .....  | 43 |
| Tabel 5.4 Hasil Akhir Analisis Faktor Eksternal CV. nDalem Mulya Mandiri .....   | 49 |
| Tabel 5.5 Matriks SWOT CV. nDalem Mulya Mandiri .....  | 59 |
| Tabel 5.6 Alternatif Dan Prioritas Strategi Pemasaran Produk Olahan Cokelat<br>CV. nDalem Mulya Mandiri.....                               | 64 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 3.1 Matrik IE (Internal-Eksternal) .....               | 28 |
| Gambar 4.1 Struktur organisasi CV. nDalem Mulya Mandiri ..... | 34 |
| Gambar 5.1 Matrik IE (Internal-Eksternal) .....               | 57 |
| Gambar 5.2 Diagram SWOT .....                                 | 58 |



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN COKELAT PADA CV. NDALEM MULYA MANDIRI  
YOGYAKARTA**

RIZKYANA, Prof. Dr. Ir. Dwidjono Hadi Darwanto, S.U; Sugiyarto, S.P., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Kuesioner 1 .....                    | 70 |
| Kuesioner 2 .....                    | 72 |
| Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 75 |