

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
TEORITIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Ayam Petelur	9
2.1.2 Teori Pemasaran	11
2.1.3 Fungsi Pemasaran	11
2.1.4 Saluran Pemasaran	13
2.1.5 Analisis SWOT	14
2.1.6 Strategi Pemasaran	19
2.1.7 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20

2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Variabel Penelitian	30
3.3	Sampel Penelitian	33
3.4	Jenis Data	33
3.5	Metode Pengumpulan Data	33
3.5.1	Observasi.....	33
3.5.2	Wawancara	34
3.5.3	Kuesioner	34
3.5.4	Dokumentasi	35
3.6	Keabsahan Data	35
3.7	Teknik Analisis Data	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Profil Perusahaan	38
4.1.1	Sejarah Perusahaan	38
4.1.2	Struktur Organisasi	39
4.1.3	Deskripsi Pekerjaan	39
4.2	Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	41
4.3	Matrix Internal Factor Analysis (IFAS) dan External Factor Analysis (EFAS)	43
4.4	Matrix SWOT	47
4.5	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	50
4.6	Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Implikasi Teoritis.....	64

5.3	Implikasi Manajerial.....	64
5.4	Keterbatasan	65
5.5	Agenda Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		69