

## DAFTAR ISI

<b>TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>SERTIFIKASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	14
1.3    Tujuan Penelitian .....	15
1.4    Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>16</b>
2.1    Telaah Pustaka .....	16
2.1.1    Pemasaran .....	16
2.1.2    Strategi Pemasaran .....	17
2.1.3    Aspek Strategi Pemasaran .....	18
2.1.4    Perumusan Strategi Pemasaran.....	19
2.1.5    Strategi Korporasi.....	21
2.1.6    SWOT .....	22
2.1.7    Komponen SWOT.....	23
2.2    Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>

3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Objek Penelitian.....	31
3.3	Instrumen Penelitian.....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4.1	Observasi.....	32
3.4.2	Pra Survei.....	32
3.4.3	Wawancara.....	33
3.4.4	Dokumentasi .....	33
3.5	Tahap Penelitian.....	34
3.6	Sumber Data Penelitian.....	35
3.6.1	Data Primer .....	35
3.6.2	Data Sekunder .....	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>		<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Huion .....	42
4.2	Gambaran Umum Papillon Store.....	43
4.3	Produk.....	44
4.4	Promosi .....	45
4.4.1	<i>Offline</i> .....	45
4.4.2	<i>Online</i> .....	46
4.5	Analisis Produk Huion pada Papillon Store Menggunakan Analisis SWOT ....	47
4.5.1	Kekuatan .....	47
4.5.2	Kelemahan.....	53
4.5.3	Peluang.....	56
4.5.4	Ancaman .....	58
4.6	Matrix IFAS dan EFAS.....	60
4.6.1	IFAS .....	60
4.6.2	EFAS.....	61
4.7	Matrix SWOT .....	62
4.8	Analisis Strategi Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	64
4.8.1	Strategi untuk <i>Strengths-Opportunity</i> .....	64
4.8.2	Strategi untuk <i>Weakness-Opportunity</i> .....	65
4.8.3	Strategi <i>Strength-Threat</i> .....	66
4.8.4	Strategi <i>Weakness-Threat</i> .....	67

<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....</b>	<b>68</b>
5.1    Simpulan .....	68
5.2    Implikasi .....	71
5.3    Keterbatasan Penelitian .....	72
5.4    Saran Penelitian.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>
<b>PENILAIAN BOBOT RATING .....</b>	<b>77</b>
<b>A.    PEMBERIAN NILAI RATING PADA FAKTOR</b>	
<b>STRATEGI INTERNAL .....</b>	<b>78</b>
<b>B.    PEMBERIAN NILAI RATING PADA FAKTOR</b>	
<b>STRATEGI EKSTERNAL .....</b>	<b>80</b>
<b>WAWANCARA .....</b>	<b>86</b>
<b>Informan : Bapak Kris (nama samaran) .....</b>	<b>90</b>
<b>Informan : Ibu Meta (nama samaran).....</b>	<b>93</b>
<b>Curriculum Vitae .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Huion Tahun 2019-2023 .....	5
Tabel 2. 1 Kompenen SWOT.....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Tabel IFAS.....	38
Tabel 3. 2 Tabel EFAS.....	39
Tabel 3. 3 Tabel Matrik SWOT .....	41
Tabel 4. 1 Produk Huion .....	45
Tabel 4. 2 Matrix IFAS .....	60
Tabel 4. 3 Matrix EFAS .....	61
Tabel 4. 4 Matrix SWOT .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Indeks Pembangunan TIK di Indonesia Tahun 2018-2022.....	1
Gambar 3. 1	Tahapan Penelitian .....	34