

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
BIOGRAFI PENULIS.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teoritis	7
2.1.1. Donat	7
2.1.2. Pemasaran.....	8
2.1.3. Strategi Pemasaran	9
2.1.4. Volume Penjualan	16
2.1.5. Strategi SWOT (<i>Strength-Weakness-Opportunity-Threat</i>).....	17
2.1.6. <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)</i> <i>dan Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	24

2.4	Hipotesis	27
III.	METODE PENELITIAN	28
3.1	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	28
3.4	Pengumpulan Data	29
3.5	Analisis Data	31
3.6	Definisi Operasional.....	37
IV.	KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
4.1.	Sejarah Perusahaan	39
4.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.3.	Keadann Usaha.....	40
4.4.	Struktur Organisasi.....	40
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1.	Identitas Informan Dan Responden.....	44
5.1.1.	Identitas Informan.....	44
5.1.2.	Identitas Responden.....	45
5.2.	Deskripsi Produk.....	46
5.3.	Jumlah Produksi.....	47
5.4.	Saluran Pemasaran Donat Kampar Galesong.....	48
5.5.	Jenis Produk Donat Kampar Galesong.....	48
5.6.	Analisis Lingkungan Pemasaran.....	49
5.6.1.	Analisis Lingkungan Internal.....	49
5.6.2.	Analisis Lingkungan Eksternal.....	55
5.7.	Analisis SWOT.....	59
5.7.1.	Matriks IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	59
5.7.2.	Matriks EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	60
5.7.3.	Matriks SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	61

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76

