

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
BIOGRAFI PENULIS	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teoritis.....	8
2.1.1 Buah Pisang	8
2.1.2 Pemasaran	9
2.1.3 Strategi Pemasaran	11
2.1.4 Information Communication and Technology (ICT).....	13
2.1.5 Pengembangan Strategi Pemasaran	17
2.1.6 Analisis SWOT	20

2.1.7 Keputusan Pembelian	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	32
2.4. Hipotesis.....	35
III. METODE PENELITIAN	36
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data	38
3.4. Pengumpulan Data	39
3.5. Analisis Data	40
3.6. Definisi Operasional	64
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	67
4.1 Sejarah Perusahaan	67
4.2 visi dan Misi Perusahaan	69
4.3 Sumberdaya Perusahaan	70
4.4 Struktur Organisasi	75
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	77
5.1 Identitas Responden.....	77
5.2 Deskripsi Jenis Produk, Harga dan Volume Penjualan.....	81
5.3 Analisis Strategi Pemasaran Berbasis ICT	84
5.4 Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis ICT Terhadap Keputusan Pembelian	102
5.5 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	113
5.6 Analisis SWOT	126
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
6.3 Kesimpulan	134

6.2 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN.....	142