

Daftar Pustaka

- Basu Swastha dan Irawan (1983). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha Dharmasatha (1984). *Asas-asas Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Philip (1993). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1. Edisi ketujuh. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____ (1994). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael E. (1993). *Strategi Bersaing, Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti Freddy (2002). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan kesembilan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Soehardi Sigit (1992). *Marketing Praktis*. Yogyakarta: Amurita.
- Stanton, William J. (1989). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Suwarsono Muhammad (2002). *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Tjiptono Fandy (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPTRAN

Daftar Pertanyaan

Berilah tanda (X) pada kolom yang tersedia menurut pendapat Anda sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Tabel 1
Variabel Internal

No	Variabel Internal	Tingkat Kemampuan Perusahaan				
		STB	TB	N	B	SB
1	Pangsa pasar					
2	Kualitas produk					
3	Citra produk					
4	Kebijakan harga					
5	Pemasaran dan distribusi					
6	Lokasi					
7	SDM					
8	Kemampuan dan pengalaman manajerial					
9	Promosi					
10	Riset dan pengembangan					

Tabel 2
Variabel Eksternal

No	Variabel Eksternal	Tingkat Kemampuan Perusahaan				
		STB	TB	N	B	SB
1	Perubahan pendapatan konsumen					
2	Pertumbuhan pasar					
3	Potensi pasar					
4	Perkembangan teknologi					
5	Pertumbuhan ekonomi nasional					
6	Kondisi politik nasional					
7	Depresiasi mata uang					
8	Inflasi					
9	Perubahan selera konsumen					
10	Struktur persaingan					
11	Pesaing baru yang masuk					

Keterangan :

STB : Sangat Tidak Baik (1)

TB : Tidak Baik (2)

N : Netral (3)

B : Baik (4)

SB : Sangat Baik (5)

Tabel 3
 Untuk mengetahui tingkat perannya dalam perusahaan
 Variabel Internal

No	Variabel Internal	Bobot
1	Pangsa pasar	
2	Kualitas produk	
3	Citra produk	
4	Kebijakan harga	
5	Pemasaran dan distribusi	
6	Lokasi	
7	SDM	
8	Kemampuan dan pengalaman manajerial	
9	Promosi	
10	Riset dan pengembangan	
	jumlah	1,00

Tabel 4
 Untuk mengetahui tingkat perannya dalam perusahaan
 Variabel Eksternal

No	Variabel Eksternal	Bobot
1	Pertumbuhan pasar	
2	Potensi pasar	
3	Perkembangan teknologi	
4	Struktur persaingan	
5	Pesaing baru yang masuk	
6	Perubahan pendapatan konsumen	
7	Pertumbuhan ekonomi nasional	
8	Kondisi politik nasional	
9	Depresiasi mata uang	
10	Inflasi	
11	Perubahan selera konsumen	
	jumlah	1,00

Hasil Penilaian Terhadap Variabel Internal

No	Variabel Internal	Nilai
1	Pangsa Pasar	4
2	Kualitas produk	4
3	Citra produk	4
4	Kebijakan harga	4
5	Pemasaran dan distribusi	4
6	Lokasi	4
7	SDM	2
8	Kemampuan & pengalaman manajerial	2
9	Promosi	2
10	Riset & pengembangan	2

Hasil Penilaian Terhadap Variabel Eksternal

No	Variabel Eksternal	Nilai
1	Pertumbuhan pasar	4
2	Potensi pasar	4
3	Perkembangan teknologi	4
4	Struktur persaingan	3
5	Pesaing baru yang masuk	3
6	Perubahan pendapatan konsumen	2
7	Pertumbuhan ekonomi nasional	2
8	Kondisi politik nasional	2
9	Depresiasi mata uang	2
10	Inflasi	2
11	Perubahan selera konsumen	2

Hasil Pemberian Bobot Variabel Internal

No	Variabel Internal	Bobot
1	Pangsa Pasar	0,11
2	Kualitas produk	0,12
3	Citra produk	0,12
4	Kebijakan harga	0,09
5	Pemasaran dan distribusi	0,10
6	Lokasi	0,09
7	SDM	0,09
8	Kemampuan & pengalaman manajerial	0,08
9	Promosi	0,10
10	Riset & pengembangan	0,10

Hasil Pemberian Bobot Variabel Eksternal

No	Variabel Eksternal	Nilai
1	Pertumbuhan pasar	0,11
2	Potensi pasar	0,10
3	Perkembangan teknologi	0,10
4	Struktur persaingan	0,07
5	Pesaing baru yang masuk	0,08
6	Perubahan pendapatan konsumen	0,09
7	Pertumbuhan ekonomi nasional	0,09
8	Kondisi politik nasional	0,09
9	Depresiasi mata uang	0,08
10	Inflasi	0,08
11	Perubahan selera konsumen	0,11

Evaluasi Variabel Internal

Variabel Internal	bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Pangsa pasar	0,11	4	0,44
Kualitas produk	0,12	4	0,48
Citra produk	0,12	4	0,48
Kebijakan harga	0,09	4	0,36
Pemasaran dan distribusi	0,10	4	0,40
Lokasi	0,09	4	0,36
SDM	0,09	2	0,18
Kemampuan dan pengalaman manajerial	0,08	2	0,16
Promosi	0,10	2	0,20
Riset dan pengembangan	0,10	2	0,20
Jumlah	1,00		3,26

Evaluasi Variabel Eksternal

Variabel Eksternal	bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Pertumbuhan pasar	0,11	4	0,44
Potensi pasar	0,10	4	0,40
Perkembangan teknologi	0,10	4	0,40
Struktur persaingan	0,07	3	0,21
Pesaing baru yang masuk	0,08	3	0,24
Perubahan pendapatan konsumen	0,09	2	0,18
Pertumbuhan ekonomi nasional	0,09	2	0,18
Kondisi politik nasional	0,09	2	0,18
Depresiasi mata uang	0,08	2	0,16
Inflasi	0,08	2	0,16
Perubahan selera konsumen	0,11	2	0,22
Jumlah	1,00		2,77