

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5 Tujuan penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Sumber Data.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.5 Variabel Penelitian.....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Metode Analisis Data.....	29
3.8 Matriks SWOT.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Analisis Data.....	35
4.2 Tahap Pembuatan Matriks SWOT.....	50

4.3	Pembahasan.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.2 IFAS.....	26
Tabel 3.3 EFAS.....	28
Tabel 3.4 Pilihan – pilihan Strategis	30
Tabel 4.1 Faktor Internal dan Eksternal	33
Tabel 4.2 Tabel IFAS (Kekuatan dan Kelemahan).....	34
Tabel 4.3 Tabel EFAS (Peluang dan Ancaman).....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pencarian Google	3
Gambar 1.2 Frekuensi Konsumen Online Berdasarkan Iklan Online Atau Media Social Juli 2022	4
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Matriks SWOT -4K.....	29
Gambar 4.1 Posisi Google My Business dalam Matriks	37
Gambar 4.2 Skema Matriks SWOT <i>Google My Business</i>	40