

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan dalam Penelitian.....	11
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.7 Sistematika Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Strategi	14
2.2 Formulasi Strategi	15
2.2.1 Pemindaian Lingkungan Perusahaan.....	17
2.2.2 Keunggulan Bersaing.....	22
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	25
2.2.4 Validitas Data.....	26
2.2.5 Matriks EFE.....	32
2.2.6 Matriks IFE.....	34
2.2.7 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	36
2.2.8 Analisa SWOT.....	36
2.2.9 Tipe-tipe Strategi.....	42
2.3 Bussiness Model.....	49
2.4 Metode Penelitian Kualitatif.....	52
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	56
3.2 Kerangka Konseptual.....	58
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	60
3.4 Sumber Daya Data.....	60
3.5 Pengumpulan Data.....	60
3.6 Tehnik Validitas Data.....	61
3.7 Tehnik Analisis Data.....	62

BAB 4 ANALISIS & PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan..... 65
4.2	Observasi dan Wawancara..... 68
4.3	Analisa SWOT..... 77
4.4	Internal-Eksternal Matriks (IE)..... 104
4.5	Matriks TOWS..... 106
4.6	Pembahasan Strategi dan Hasil..... 107
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan..... 119
5.2	Implikasi Manajerial..... 122
5.3	Keterbatasan Penelitian..... 123
5.4	Saran Manajerial..... 123
DAFTAR PUSTAKA..... 125	
RIWAYAT HIDUP PENULIS..... 128	
LAMPIRAN	



KALBIS Institute
 Transforming • Hearts and Minds