

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Retailing	9
2. Pengertian Strategi	10
3. Manajemen Strategi	14
4. Visi, Misidantujuan.....	15
5. Lingkungan Internal	16
6. Lingkungan Eksternal	21

7. Perumusan Strategi.....	24
8. Tahap Input	26
9. Tahap Pencocokan	27
10. Tahap Keputusan.....	29
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Identifikasi Faktor Lingkungan.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek Penelitian	34
B. Jenis dan Sumber Data	34
C. Responden.....	35
D. Teknik dan Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Lingkup Usaha	51
1. Visi	51
2. Misi.....	51
B. Tahap Input	51
1. Audit Lingkungan Internal	52
a. Kekuatan	52
b. Kelemahan.....	55
c. Analisis Matriks Internal factor Evaluation (IE)	56
2. Audit Lingkungan Eksternal	59
a. Peluang.....	60
b. Ancaman	62
c. Analisis matriks <i>External Factor Evaluation</i>	63
3. Tahap Pencocokan (<i>Matching stage</i>)	65
a. Matriks Internal dan Eksternal	65
b. Matriks SWOT	68
4. Tahap Keputusan	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Responden.....	35
Tabel 3.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	38
Tabel 3.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	40
Tabel 3.4 Matriks QSPM	45
Tabel 4.1 Faktor Internal Toko Enggal Jaya.....	52
Tabel 4.2 Hasil Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	57
Tabel 4.4 FaktorEksternalTokoEnggal Jaya	60
Tabel 4.5 HasilMatriksEksternal factor Evaluation (EFE)	63
Tabel 4.6 HasilMatrisk SWOT	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis Perumusan Strategi	25
Gambar 3.1 Matriks IE.....	42
Gambar 4.1 Matriks Internal – Eksternal (IE)	67