

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.4.1 Manfaat Teoritis	22
1.4.2 Manfaat Praktis	23
1.5 Tinjauan Pustaka	23
1.5.1 Tinjauan Teoritis	23
1.5.1.1 Strategi	23
1.5.1.2 Manajemen Strategi	24
1.5.1.3 Manfaat Manajemen Strategis.....	25
1.5.1.4 Tingkatan Strategi	26
1.5.1.5 Tahapan Manajemen Strategi.....	28
1.5.1.6 Jenis Strategi	33
1.5.1.7 Pemasaran	37
1.5.1.8 Pemasaran Jasa.....	37
1.5.1.9 Strategi Pemasaran	39
1.5.1.10 Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	41
1.5.1.11 Bauran Pemasaran Jasa	43
1.5.1.12 Analisis Lingkungan Eksternal	48
1.5.1.13 Analisis Lingkungan Internal	54
1.5.1.14 Tahapan dan Alat Formulasi Strategi.....	55
1.5.2 Tinjauan Empiris	62
1.6 Kerangka Pemikiran	69
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	70
1.7.1 Definisi Konsep.....	70
1.7.2 Definisi Operasional.....	75

1.8	Metode Penelitian.....	80
1.8.1	Jenis dan Tipe Penelitian.....	80
1.8.2	Ruang Lingkup Penelitian	81
1.8.3	Lokasi Penelitian.....	81
1.8.4	Sumber Data	81
1.8.5	Teknik Pengumpulan Data.....	81
1.8.5.1	Wawancara.....	81
1.8.5.2	Kuisoner	82
1.8.6	Informan Penelitian.....	82
1.8.7	Uji Instrumen	83
1.8.7.1	Triangulasi Sumber	83
1.8.7.2	Triangulasi Waktu.....	83
1.8.7.3	Triangulasi Metode	83
1.8.8	Teknik Analisis Data	84
1.8.8.1	Tahapan Formulasi Strategi	84
BAB II.....		96
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		96
2.1	Gambaran Umum Hotel	96
2.2	Struktur Organisasi, Hotel Cyka Raya	97
2.3	Visi dan Misi	98
BAB III		99
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		99
3.1	Hasil Analisis Lingkungan Eksternal dan Analisis Lingkungan Internal ..	101
3.1.1	Faktor Kunci Lingkungan Eksternal	101
3.1.2	Faktor Kunci Lingkungan Internal.....	103
3.2	Hasil Uji Instrumen	104
3.2.1	Hasil Triangulasi Faktor Lingkungan Eksternal	104
3.2.1.1	Peluang.....	104
3.2.1.2	Ancaman.....	113
3.2.2	Hasil Triangulasi Faktor Lingkungan Internal.....	122
3.2.2.1	Kekuatan	123
3.2.2.2	Kelemahan.....	136
3.2.3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen.....	147
3.3	Hasil Rumusan Strategi	149
3.3.1	Tahap Input	149
a.	Tahap Input : Matrix EFE.....	151
b.	Tahap Input : Matrix IFE	154
3.3.2	Tahap Pencocokan	156
3.3.2.1	Analisis SWOT.....	157
3.3.3	Tahap Keputusan.....	164

3.3.3.1	Matrix QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	164
3.3.3.2	Formulasi Strategi Pemasaran	170
3.3.4	Pembahasan	172
BAB IV	184
PENUTUP	184
4.1	Kesimpulan.....	184
4.2	Saran.....	186
DAFTAR PUSTAKA	187
LAMPIRAN	189