

DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI BERSAING SENDER COFFEE DENGAN MENGGUNAKAN MATRIX SWOT DAN QSPM (<i>QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX</i>)	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 TINJAUAN TEORITIS.....	12
1.5.1 Strategi	12
1.5.2 Tujuan Strategi	12
1.5.3 Tipe-tipe Strategi.....	13
1.5.4 Manajemen Strategi.....	14
1.5.5 Manfaat Manajemen Strategi.....	19
1.5.6 Proses Manajemen Strategi.....	21
1.5.7 Formulasi Strategi	21
1.5.8 Implementasi Strategi	24
1.5.9 Evaluasi Strategi	24
1.5.10 Tahap-tahap Perumusan Strategi.....	25

1.5.11	Alat-alat Perumusan Strategi	29
1.5.12	Analisis Lingkungan Eksternal	29
1.5.13	Analisis Lingkungan Internal	29
1.6	TINJAUAN EMPIRIS.....	30
1.6.1	Penelitian Terdahulu.....	30
1.6.2	Kerangka Pemikiran.....	39
1.6.3	Definisi Konsep dan Operasional	40
1.7	METODE PENELITIAN	44
1.7.1	Jenis dan Tipe Pnelitian	44
1.7.2	Ruang Lingkup Penelitian	45
1.7.3	Lokasi Penelitian.....	45
1.7.4	Sumber Data	45
1.8	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	46
1.8.1	Wawancara	46
1.8.2	Kuisisioner.....	46
1.8.3	Informan Penelitian.....	47
1.9	UJI INSTRUMEN	47
1.9.1	Triangulasi Sumber.....	48
1.9.2	Triangulasi Waktu.....	48
1.9.3	Triangulasi Metode.....	48
1.10	TEKNIK ANALISIS DATA	48
1.10.1	Tahapan Formulasi Strategi	48
BAB 2	61
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		61
2.1	GAMBARAN UMUM SENDER COFFEE.....	61
2.2	STRUKTUR MANAJEMEN SENDER COFFEE	61
2.3	VISI DAN MISI	62
BAB 3	63
HASIL DAN PEMBAHASAN		63
3.1	Hasil Analisis Lingkungan Faktor Eksternal dan Analisis Internal.....	65
3.1.1	Faktor Kunci Lingkungan Eksternal.....	65
3.1.2	Faktor Kunci Lingkungan Internal.....	67
3.2	Hasil Uji Instrumen.....	68

3.2.1	Hasil Triangulasi Faktor Lingkungan Eksternal	68
3.2.2	Hasil Triangulasi Faktor Lingkungan Internal	80
3.2.3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen.....	94
3.2.4	Hasil Rumusan Strategi.....	96
3.2.5	Tahap Pencocokan.....	101
3.2.6	Tahap keputusan	106
3.2.7	Formulasi Strategi Pemasaran	108
3.2.8	Pembahasan	109
BAB 4	114
Penutup	114
4.1	Kesimpulan	114
4.2	Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117