

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
Kata Pengantar.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Tinjauan Pustaka.....	15
1.5.1 Kajian Teori.....	15
1.5.1.1 Manajemen Strategi.....	15
1.5.1.2 Tahapan Manajemen Strategi.....	15
1.5.1.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	17
1.5.1.4 Tingkatan Strategi.....	25
1.5.1.5 Strategi Pemasaran.....	27
1.5.1.6 Strategi Bauran Pemasaran.....	39
1.5.1.7 Tahapan Formulasi Strategi.....	44
1.5.1.8 Business Model Canvas (BMC).....	54
1.5.2 Kajian Empirik.....	58
1.6 Kerangka Pemikiran.....	80
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Oprasional.....	82
1.7.1 Definisi Konsep.....	82
1.7.2 Definisi Oprasional.....	85
1.8 Metode Penelitian.....	91
1.8.1 Jenis Penelitian.....	91
1.8.2 Objek Penelitian.....	91
1.8.4 Informan.....	93

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	95
1.8.6 Uji Instrumen Penelitian.....	97
1.8.6.1 Uji Validitas.....	97
1.8.7 Skala Pengukuran.....	100
1.8.8 Teknik Analisis Data.....	101
1.8.8.1 Analisis Business Model Canvas perusahaan saat ini (BMC).....	102
1.8.8.2. Membuat Formulasi Analisis Strategi SWOT.....	107
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	126
2.1 Gambaran Umum Li Scarf.....	126
2.2 Struktur Organisasi Brand Li Scarf.....	130
2.3 Visi dan Misi.....	131
2.3.1 Visi.....	131
2.3.2 Misi.....	132
2.4 Logo.....	133
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	134
3.1 Hasil.....	137
3.1.1 Business Model Canvas saat ini.....	137
3.1.2 Uji Data.....	141
3.1.2.1 Uji Validitas.....	141
3.1.2.2 Uji Pra Survey Cochran Q.....	144
3.1.3.1 Audit Faktor Lingkungan Internal.....	156
3.1.3.2 Audit Faktor Lingkungan Eksternal.....	167
3.1.4 Tahap Formulasi Strategi.....	180
3.1.4.1 Tahap Input.....	180
3.1.4.2 Tahap Pencocokan.....	188
3.1.5 Perancangan Business Model Canvas (BMC) baru.....	191
BAB IV PENUTUP	195
4.1 Kesimpulan.....	195
4.2 Saran.....	199
DAFTAR PUSTAKA.....	200
LAMPIRAN.....	207

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan produk Li scarf.....	12
Tabel 1.2 Tabel Daftar Informan.....	97
Tabel 1.3 Tabel Kuesioner Atribut Pemasaran.....	99
Tabel 1.4 Tabel Business Model Canvas.....	106
Tabel 1.5 Nilai Pembobotan IFE.....	115
Tabel 1.6 Perhitungan skor IFE.....	116
Tabel 1.7 Pembobotan EFE.....	121
Tabel 1.8 Perhitungan skor EFE.....	122
Tabel 1.9 Tabel Matriks SWOT.....	124
Tabel 3.1 Hasil Atribut Valid.....	145
Tabel 3.2 Hasil Cochran Q.....	152
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Cochran Q.....	156
Tabel 3.4 Input Audit Internal.....	168
Tabel 3.5 Input Audit Eksternal.....	181
Tabel 3.6 Hasil IFE.....	186
Tabel 3.7 Hasil EFE.....	189
Tabel 3.9 Indikator Keberhasilan Strategi.....	198

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Rating Belanja Online.....	4
Gambar 1.2 Presepsi Anak Muda Terhadap Fashion.....	5
Gambar 1.3 Katalog Produk pada E-Commerce.....	7
Gambar 1.4 Review Influencer.....	8
Gambar 1.5 Lokasi Offline Store Li Scarf.....	9
Gambar 1.6 Media Sosial Li Scarf.....	10
Gambar 1.7 Bukti Pelanggaran Hak Cipta brand.....	11
Gambar 1.8 Gambar Tahapan Manajemen Strategi.....	17
Gambar 1.9 Gambar Tabel SWOT.....	48
Gambar 1.10 Kerangka Pemikiran.....	82
Gambar 1.11 Gambar Diagram Analisis SWOT.....	125
Gambar 2.1 Logo Li Scarf.....	136
Gambar 3.1 Hasil Kuadran SWOT.....	190
Gambar 3.2 Business Model Canvas yang Direkomendasikan.....	196
Gambar 3.3 Hasil Business Model Canvas yang Disesuaikan.....	197