

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Landasan Teori.....	9
1.5.1 Manajemen Strategi, Model Lingkungan Bisnis, Jenis strategi dalam tindakan, strategi pemasaran, bauran pemasaran, formulasi strategi.....	9
1.5.2 Tingkatan Strategi	10
1.5.3 Jenis Strategi Dalam Tindakan.....	12
1.5.4 Model Lingkungan Bisnis.....	16
1.5.5 Formulasi Strategi	23
1.5.6 Strategi Pemasaran	25
1.5.7 Strategi Bauran Pemasaran.....	29
1.6 Kajian Empiris	38
1.7 Kerangka Pemikiran.....	64
1.8 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	67
1.8.1 Definisi Konsep.....	67

1.8.2	Definisi Operasional	72
1.9	Metode Penelitian	77
1.9.1	Jenis Penelitian	77
1.9.2	Objek Penelitian	78
1.9.3	Sumber Data	78
1.9.4	Teknik Pengumpulan Data	78
1.9.5	Informan Penelitian	80
1.9.6	Populasi dan Sampel Penelitian	80
1.9.7	Uji Instrumen Penelitian	83
1.9.8	Skala Pengukuran	85
1.9.9	Teknik Analisis Data	85
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	89
2.1	Sejarah Singkat Perusahaan	89
2.2	Logo Perusahaan	90
2.3	Struktur Organisasi Perusahaan	91
2.4	Visi Dan Misi Perusahaan	96
2.4.1	Visi Perusahaan	96
2.4.2	Misi Perusahaan	97
BAB III	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	98
3.1	Karakteristik Keadaan <i>STP Strategy (Segmentating, Targeting, Positioning) Strategy</i>	100
3.2	Hasil Uji Instrumen Validitas Menggunakan Q Cochran	129
3.3	Karakteristik Lingkungan Bisnis	143
3.4	Analisis Data Penelitian	157
3.5	Pembahasan	188
3.6	Keterbatasan Penelitian	197
BAB IV	PENUTUP	199
4.1	Kesimpulan	199
4.2	Saran	201
	DAFTAR PUSTAKA	203
	LAMPIRAN	209