



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Strategi	9
2.2 Analisis Kesenjangan	11
2.3 Quantitative Strategic Planning Matrix.....	12
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Metode Pengumpulan Data & Instrumen Penelitian.....	24
3.3 Metode Analisis Data	27
3.4 Profil Kasus	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Data	33
4.1.1 Deskripsi Data untuk Analisis Kesenjangan.....	33
4.1.2 Deskripsi Data untuk Faktor Eksternal	35
4.1.3 Deskripsi Data untuk Faktor Internal.....	44



4.2	Pembahasan.....	48
4.2.1	Analisis Kesenjangan.....	48
4.2.2	Formulasi dan Penetapan Strategi.....	48
BAB V SIMPULAN.....		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Implikasi.....	72
5.3	Keterbatasan.....	73
5.4	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		76
LAMPIRAN I SURVEY KEBUTUHAN PENUMPANG UNTUK PRODUK-PRODUK ANCILLARY.....		77
LAMPIRAN II HASIL WAWANCARA KEPADA <i>USER</i> MANAJEMEN PT CITILINK INDONESIA.....		81