

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	<i>i</i>
HALAMAN PERNYATAAN	<i>ii</i>
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR TABEL	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>viii</i>
DAFTAR GRAFIK	<i>ix</i>
INTISARI	<i>x</i>
ABSTRACT	<i>xi</i>
BAB I	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>6</i>
1.3 Pertanyaan Penelitian	<i>8</i>
1.4 Tujuan Penelitian	<i>8</i>
1.5 Manfaat Penelitian	<i>8</i>
1.6 Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian	<i>9</i>
BAB II	<i>10</i>
2.1 Strategi Distributor dan Manajemen Strategik	<i>10</i>
2.1.1 Pengertian Distributor	<i>10</i>
2.1.2 Fungsi Distributor	<i>11</i>
2.1.3 Strategi Distributor	<i>14</i>
2.2 Manajemen Strategis	<i>16</i>
2.3 Strategi Generik	<i>18</i>
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	<i>20</i>
2.4.1 Analisis PEST	<i>20</i>
2.4.2 Analisis Porter's Five Forces	<i>22</i>
2.5 Analisis Lingkungan Internal	<i>24</i>
2.5.1 Analisis Rantai Nilai (<i>Analysis Value Chain</i>)	<i>24</i>
2.6 SWOT	<i>26</i>
2.7 Matriks SWOT	<i>29</i>

2.8	Penelitian Terdahulu	29
2.9	Kerangka Penelitian.....	31
BAB III.....		33
3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Metode Pengumpulan Data	34
3.3	Instrumen Penelitian.....	36
3.4	Metode Analisis Data	37
3.5	Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Perusahaan	38
3.5.1	Analisis Lingkungan Eksternal	38
3.5.2	Analisis Lingkungan Internal	42
3.6	Analisis SWOT	42
3.7	Matriks SWOT	43
BAB IV.....		44
4.1	Pendahuluan	44
4.2	Analisis Eksternal.....	45
4.2.1	Analisis PEST	45
4.2.2	Analisis Five Forces	52
4.3	Analisis Internal	67
4.3.1	Analisis <i>Value Chain</i> (Rantai Nilai)	67
4.4	Analisis SWOT	75
4.5	Matriks SWOT	81
4.6	Formulasi Strategi.....	83
BAB V.....		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		91