

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Strategi Positioning	12
2.2. Strategic Positioning and Action Evaluation (SPACE) Matrix	13
2.3. Analisis Lingkungan Internal	16
2.4. Analisis Lingkungan Eksternal	18
2.5. Porter's Generic Competitive Strategies	20
2.6. Porter's Value Chain Analysis	23
2.7. Perawatan Kulit (Skincare)	26
2.8. Kajian Penelitian Terdahulu	28
2.9. Kerangka Penelitian	32
BAB III METODA PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Metoda Pengumpulan Data	35
3.2.1. Jenis dan Sumber Data	35

3.2.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.3.	Target Informan	36
3.2.4.	Waktu Pengumpulan Data	37
3.3.	Instrumen Penelitian.....	38
3.4.	Metoda Analisis Data.....	42
3.5.	Profil Perusahaan.....	44
3.5.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	44
3.5.2.	Visi dan Misi Perusahaan	45
3.5.3.	Produk dan Layanan	46
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1.	Analisis Lingkungan Internal	47
4.2.	Analisis Lingkungan Eksternal.....	61
4.3.	Analisis <i>Strategic Positioning and Action Evaluation (SPACE) Matrix</i>	76
4.4.	Analisis <i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>.....	83
4.5.	<i>Porter's Value Chain Analysis</i>.....	88
4.6.	Pembahasan.....	99
4.6.1.	Faktor Internal.....	100
4.6.2.	Faktor Eksternal	104
4.6.3.	SPACE Matrix	110
4.6.4.	<i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>	111
4.6.5.	<i>Porter's Value Chain Analysis</i>	112
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	115
5.1.	Simpulan.....	115
5.2.	Implikasi	118
5.2.1.	Implikasi Teoritis.....	118
5.2.2.	Implikasi Praktis	118
5.3.	Keterbatasan	119
5.4.	Saran.....	120
5.4.1.	Bagi Pihak Manajemen.....	120
5.4.2.	Bagi Penelitian Selanjutnya	121
DAFTAR PUSTAKA		123
LAMPIRAN.....		126