

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pengertian Strategi Bersaing	8
2.2. Analisis Lingkungan Eksternal	12
2.2.1. Ancaman Pendatang Baru	14
2.2.2. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok	21
2.2.3. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli.....	25
2.2.4. Ancaman Produk Substitusi	29
2.2.5. Persaingan Antar Penjual	30
2.3. Analisis Lingkungan Internal	34
2.4. Analisis Strategi Bersaing TOWS	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Desain Penelitian	42
3.2. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	43
3.3. Validitas dan Reliabilitas	47
3.4. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Analisis Ancaman dan Peluang Lingkungan Eksternal Rekadia	51
4.1.1. Ancaman dan Peluang Terkait Kehadiran Pendatang Baru	51

4.1.2.	Ancaman dan Peluang Terkait Pemasok.....	59
4.1.3.	Ancaman dan Peluang Terkait Pembeli	63
4.1.4.	Ancaman dan Peluang Terkait Produk Substitusi.....	68
4.1.5.	Ancaman dan Peluang Terkait Persaingan Antar Penjual.....	76
4.2.	Analisis Kelemahan dan Kekuatan Lingkungan Internal Rekadia.....	83
4.3.	Formulasi Strategi Bersaing	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		102
5.1.	Simpulan.....	102
5.2.	Implikasi.....	103
5.2.1.	Implikasi Akademis	103
5.2.2.	Implikasi Praktis	104
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Mendatang	105
DAFTAR PUSTAKA		107