

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. <i>Structure Conduct Performance (SCP)</i>	7
2.2. Analisis Struktur (<i>Structure</i>)	8

2.2.1. Analisis Karakteristik Ekonomi Industri	8
2.2.2. <i>Perceptual Mapping</i>	11
2.2.3. Tingkat Konsentrasi Pembeli dan Penjual	13
2.2.4. <i>Porter Five Forces</i>	14
2.3. Analisis Perilaku (<i>Conduct</i>)	
2.3.1. Analisis Strategi Generik	16
2.3.2. Analisis Strategi Diferensiasi	17
2.3.3. <i>Stuck In The Middle</i>	21
2.4. Analisis Kinerja (<i>Performance</i>)	24
2.4.1. Rasio Profitabilitas	24
2.5. Hubungan <i>Structure Conduct Performance</i>	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Tempat Penelitian	27
3.3. Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1. Data Primer	27
3.3.2. Data Sekunder	30
3.4. Teknik Analisis Data	30
3.5. Kerangka Analisis.....	34
3.6. Objek Penelitian	35

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Analisis Struktur (<i>Structure</i>)	41
---	----

4.1.1. Analisis Karakteristik Ekonomi Industri	41
4.1.2. Analisis Lingkungan Industri	45
4.2. Analisis Perilaku (<i>Conduct</i>)	50
4.2.1. Analisis Strategi Diferensiasi	51
4.2.2. <i>Stuck In the Middle</i>	57
4.3. Analisis Kinerja (<i>Performance</i>)	59
4.3.1. Tinjauan Laporan Keuangan PT Gama Book Store	59
4.3.2. Analisis <i>Perceptual Mapping</i>	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	67
5.3. Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Pasar menurut Konsentrasi Penjual dan Pembeli	13
Tabel 2.2 Karakteristik strategi generik	23
Tabel 3.1 Daftar Responden PT Gama Book Store	28
Tabel 4.1 Hasil Survei Persepsi Struktur Pasar Industri Perbukuan di Yogyakarta.....	42
Tabel 4.2 Struktur Pasar menurut Konsentrasi.....	44
Tabel 4.3 Ancaman Daya Tawar Konsumen.....	45
Tabel 4.4 Ancaman Produk Substitusi	46
Tabel 4.5 Ancaman Daya Tawar Pemasok	47
Tabel 4.6 Ancaman Pendetang Baru.....	48
Tabel 4.7 Persaingan Antar Perusahaan.....	49
Tabel 4.8 Data Penjualan ATK GBS	52
Tabel 4.9 Data Penjualan Square Store.....	53
Tabel 4.10 Laba Kotor GBS.....	56
Tabel 4.11 Laporan Laba Bersih GBS	59



Tabel 4.12 <i>Total Aktiva</i> GBS	60
Tabel 4.13 Rasio Profitabilitas	61
Tabel 4.14 Hasil Survei <i>Perceptual Mapping</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Perceptual Mapping</i>	12
Gambar 2.2 Kerangka produsen, penjual, dan kosumen.....	13
Gambar 2.3 <i>Porter's Five Forces</i>	14
Gambar 2.4 <i>Stuck in the middle</i>	22
Gambar 2.5 Hubungan <i>Structure Conduct Performance</i> yang Saling Mempengaruhi.....	25
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	34
Gambar 3.2 Merk Gama Book Store	38
Gambar 4.1 Kontribusi Omzet	55
Gambar 4.2 <i>Stuck in the middle</i>	58
Gambar 4.3 <i>Perceptual Mapping</i> Berdasarkan Harga dan Promosi.....	62
Gambar 4.4 <i>Perceptual Mapping</i> Berdasarkan Lokasi dan Persediaan.....	63
Gambar 4.5 <i>Perceptual Mapping</i> Berdasarkan Pemasaran dan Pelayanan	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Hasil Wawancara	71
Lampiran 2 Hasil kuesioner <i>Perceptual Mapping</i> Struktur Pasar	76
Lampiran 3 Kuesioner <i>Perceptual Mapping Brand</i> Perusahaan	77
Lampiran 4 Hasil Pengolahan <i>Porter's Five Forces</i>	79