UNIVERSITAS GADJAH MADA
STRATEGI BANK XYZ KANTOR WILAYAH X DALAM MENINGKATKAN LAYANAN E-BANKING Studi Kasus: Kinerja Layanan E-Banking Pada Bank XYZ Tahun 2018-2019
ERLIN MARISSA, B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Judul i
Lembar Pengesahan ii
Pernyataan iii
Kata Pengantar iv
Abstrak vi
Abstract vii
Daftar Isi viii
Daftar Gambar ix
Daftar Grafik x
Bab I Pendahuluan 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 5
1.3. Pertanyaan Penelitian 9
1.4. Tujuan Penelitian 9
1.5. Manfaat Penelitian 10
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 10
1.7. Sistematika Penulisan 11
Bab II Landasan Teori 13
2.1. Kualitas Layanan 13
2.1.1. Kualitas 13
2.1.2. Layanan 13
2.1.3. Kualitas Layanan 14
2.1.4. Karakteristik Layanan 14
2.2. Strategi Bersaing 15
2.3. Analisis lingkungan Eksternal 17
2.3.1. Analisis Lingkungan Makro 17
2.3.2. Analisis Lingkungan Industri 20
2.3.2.1. Analisis Lima Kekuatan Persaingan 20
2.3.2.2. Analisis Faktor Keberhasilan Kunci 23
2.4. Analisis Lingkungan Internal 23
2.4.1. Sumber Daya 24
2.4.2. Kapabilitas 25
2.4.3. Kompetensi Inti 25
2.5. Analisis SWOT 26
2.6. Kerangka Pemikiran Konseptual 27
Bab III Metoda Penelitian 29
3.1. Rancangan dan Desain Penelitian 29
3.2. Lingkungan Sosial dan Budaya 31
3.3. Instrumen Penelitian 32
3.4. Metoda Analisis Data 34
3.5. Profil Perusahaan 34
3.5.1. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan 35
3.5.2. Budaya Perusahaan 36

UNIVERSITAS GADJAH MADA
STRATEGI BANK XYZ KANTOR WILAYAH X DALAM MENINGKATKAN LAYANAN E-BANKING Studi Kasus: Kinerja Layanan E-Banking Pada Bank XYZ Tahun 2018-2019
ERLIN MARISSA, B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.5.3. Struktur Organisasi Perusahaa 37
3.5.4. Bidang Usaha 37
Bab IV Hasil dan Pembahasan 38
4.1. Analisis Lingkungan Eksternal 38
4.1.1. Analisis PESTEL 38
4.1.1.1. Faktor Politik 39
4.1.1.2. Kondisi Ekonomi 43
4.1.1.3. Kekuatan Sosial Budaya 44
4.1.1.4. Faktor Teknologi 47
4.1.1.5. Kekuatan Lingkungan 52
4.1.1.6. Faktor Hukum dan Peraturan 54
4.2. Analisis Lingkungan Industri 57
4.2.1. Analisis Kekuatan Bersaing 57
4.2.1.1. Persaingan dari Industri yang Sama 57
4.2.1.2. Persaingan dari Calon Pendatang Baru ke Industri 59
4.2.1.3. Persaingan dari Produk Pengganti 60
4.2.1.4. Daya Tawar Pemasok 61
4.2.1.5. Kekuatan dari Tawar-menawar Pelanggan 63
4.2.2. Analisis Faktor Keberhasilan Kunci 66
4.3. Analisis Internal 70
4.3.1. Sumber Daya 70
4.3.2. Kapabilitas 74
4.3.3. Kompetensi 76
4.4. Analisis SWOT 77
4.4.1. Peluang 77
4.4.2. Ancaman 79
4.4.3. Kekuatan 80
4.4.4. Kelemahan..... 82
4.5. Rekomendasi Strategi 82
Bab V Penutup 85
5.1. Kesimpulan 85
5.2. Saran 86
Daftar Pustaka 89
Lampiran 90