

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Pertanyaan Penelitian	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Lingkup Penelitian	20
1.7 Sistemetika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
2.1 Faktor Eksternal Bisnis	23
2.2 Pengertian Strategi	25
2.3 Strategi Diferensiasi	26
2.3.1 Diferensiasi Produk	27
2.3.2 Diferensiasi Kualitas Pelayanan.....	28

2.3.3 Diferensiasi Citra	30
2.4 Strategi Bersaing	31
2.5 Strategi Kompetitif Generik	33
2.6 Keunggulan Bersaing	35
2.7 Value Chain	38
2.8 Value Driver	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Metode Pengumpulan Data	52
3.3 Instrumen Penelitian	55
3.4 Metode Analisis Data	56
3.5 Profil Perusahaan	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Analisis Faktor Eskternal Bisnis	61
4.1.1 Analisis PESTEL	61
4.2 Analisis Faktor Internal Menggunakan Value Chain	86
4.2.1 Aktifitas Primer	88
4.2.2 Aktifitas Pendukung	97
4.3 Analisis Value Driver Pada Aktifitas Value Chain	103
4.4 Value Drivers Pada Perusahaan	113
4.5 Pemanfaatan Value Drivers didalam Mendukung Alternatif Strategi Diferensiasi	119
4.6 Alternatif Formulasi Strategi Pada Astragraphia Xprins	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Implikasi	133
5.3 Keterbatasan	133

5.4	Saran	134
	DAFTAR PUSTAKA	136