

Lembar Judul ..	i
Lembar Pengesahan ..	ii
Lembar Pernyataan ..	iii
Kata Pengantar ..	iv
Daftar Isi ..	vi
Daftar Tabel ..	ix
Daftar Gambar ..	x
Daftar Grafik ..	xi
Intisari ..	xii
Abstract ..	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah ..	1
1.2 Rumusan Masalah ..	5
1.3 Pertanyaan penelitian ..	5
1.4 Tujuan Penelitian ..	5
1.5 Manfaat Penelitian ..	6
1.6 Sistematika Penulisan ..	6
1.7 Metode Pengumpulan data ..	8
1.8 Kerangka Analisis ..	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Elemen Strategi ..	10
2.2 Motivasi Perusahaan Melakukan Strategi <i>First Mover</i> ..	14
2.3 Motivasi Perusahaan Melakukan Strategi <i>Late Mover</i> ..	14
2.4 Pengertian <i>Competitive Advantage</i> (Keunggulan Bersaing) ..	15

2.5 Keuntungan Perusahaan Menerapkan Strategi <i>First Mover</i>	17
2.6 Keuntungan Perusahaan Menerapkan Strategi <i>Late Mover</i>	20
2.7 <i>First Mover</i> Berkontribusi terhadap Keunggulan Bersaing	24
2.8 <i>Late Mover</i> Berkontribusi terhadap Keunggulan Bersaing.....	27
2.9 Faktor yang Mempengaruhi Perusahaan Menerapkan Strategi <i>Late Mover</i>	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Pendekatan Penelitian	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Batasan Penelitian	41
3.5 Profil Perusahaan	41

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data	43
4.2 Pembahasan	44
4.3 Analisis Kuisisioner Manajemen	45
4.3.1 Faktor-faktor yang melatarbelakangi produk G4 melakukan strategi <i>late mover</i> – Analisis Poin	47
4.3.2 Faktor-faktor yang melatarbelakangi produk G4 melakukan strategi <i>late mover</i> – Analisis Pembobotan.....	51
4.3.3 Strategi <i>late mover</i> yang diterapkan pada produk LG G4 akan berkontribusi terhadap keunggulan bersaing– Analisis Poin	55
4.3.4 Strategi <i>late mover</i> yang diterapkan pada produk LG G4 akan berkontribusi terhadap keunggulan bersaing– Analisis Pembobotan.....	57

4.4.1 Persepsi penerapan <i>late mover</i> dilihat dari perspektif	
manajemen pada produk LG G4 – Analisis Poin	61
4.4.2 Persepsi penerapan <i>late mover</i> dilihat dari perspektif	
konsumen pada produk LG G4 – Analisis Poin	66
4.4.3 Persepsi penerapan <i>late mover</i> dilihat dari perspektif	
manajemen pada produk LG G4 – Analisis Pembobotan ...	71
4.4.4 Persepsi penerapan <i>late mover</i> dilihat dari perspektif	
konsumen pada produk LG G4 – Analisis Pembobotan	73
4.4.5 Analisis GAP Persepsi Penerapan Strategi <i>Late Mover</i> antara	
Manajemen dan Konsumen	76
4.5 Analisis Hasil Wawancara Manajemen	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	xiv

Tabel 3.2. Ponsel Berdasarkan Tanggal Rilis	1
Tabel 3.1. Informan Kuisiонер Manajemen	37
Tabel 4.1. Analisis Hasil Kuisiонер Manajemen	46
Tabel 4.2. Analisis Pembobotan Kuisiонер Manajemen (Pertanyaan Nomor 1-11)	51
Tabel 4.3. Analisis Pembobotan Kuisiонер Manajemen (Pertanyaan Nomor 12-17)	57
Tabel 4.4. Kuisiонер Manajemen	61
Tabel 4.5. Kuisiонер Konsumen	66
Tabel 4.6. Analisis Pembobotan Kuisiонер Manajemen	71
Tabel 4.7. Analisis Pembobotan Kuisiонер Konsumen	74
Tabel 4.8. Analisis GAP Persepsi Konsumen dan Manajemen	76

Gambar 3.1. <i>Framework</i> Penelitian	40
---	----

Grafik 4.1. GAP Persepsi Penerapan Strategi *Late Mover* Manajemen

dan Konsumen 80