

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Pikiran Rakyat	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.7.1 Lokasi dan Objek	11
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Strategi Pemasaran	13
2.1.2 <i>Competitive Advantage</i> (Keunggulan Kompetitif).....	15
2.1.3 Analisis SWOT	21
2.1.4 Matrik Internal-Eksternal	24
2.1.5 Matrik SWOT	24
2.1.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	26

2.1.7	Penelitian Terdahulu	27
2.2	Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.1.1	Penelitian kuantitatif	41
3.1.2	Penelitian Kualitatif	42
3.1.3	Penelitian kombinasi (<i>Mixed Method</i>)	42
3.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.2.1	Pengukuran.....	51
3.3	Tahapan Penelitian	52
3.4	Populasi dan Sampel/Situasi Sosial.....	54
3.4.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	57
3.5.1	Instrumen Penelitian.....	57
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.6	Uji Validitas dan <i>Trustworthiness</i>	60
3.6.1	Uji <i>Trustworthiness</i>	60
3.6.2	Uji Validitas dan Reabilitas	61
3.7	Teknik Analisa Data	64
3.7.1	Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Karakteristik Responden	75
4.2	Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		97