

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
Abstrak	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.7 Metode Analisis Data	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Pengertian Strategi	17
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	18
2.3.1 Desain Strategi Pemasaran	19
2.3.2 Pemasaran Jasa	21
2.3.3 Strategi Pemasaran Jasa	23
2.4 Pengertian Strategi Bersaing	25
2.4.1 Konsep Keunggulan Bersaing	26
2.4.2 Analisis Keunggulan	28
2.4.3 Mempertahankan Keunggulan Bersaing	29
2.4.4 Hambatan Memasuki Pasar	29
2.4.5 Komponen Manajemen Strategik	30
2.4.6 Strategi Bersaing Generik	32
2.5 Analisis Matrik Daya Tarik Industri (MDTI)	34
2.5.1 Implikasi Strategis	37

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Bank Negara Indonesia	38
3.2 Lokasi Perusahaan	40
3.3 Struktur Organisasi	41
3.4 Tugas dan Tanggungjawab Masing-masing Bagian	43
3.5 Manajemen Personalia	49

3.6 Jenis Pelayanan dan Hasil Produk	51
3.7 Produk Tabungan	53
3.7.1 Pemasaran Produk	55

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Identifikasi Variabel Perusahaan	58
4.1.1 Variabel Eksternal Perusahaan	58
4.1.2 variabel Internal Perusahaan	62
4.2 Analisis Variabel Eksternal dan Internal Perusahaan	65
4.2.1 Penilaian Variabel Eksternal Perusahaan	65
4.2.2 Penilaian Variabel Internal Perusahaan	73
4.3 Menentukan Posisi Bisnis Perusahaan	81
4.4 Implikasi Strategis Bagi Perusahaan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran-saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Indikator Variabel Eksternal dan Internal	10
1.2 Penilaian Variabel Eksternal	12
1.3 Penilaian Variabel Internal	14
4.1 Bobot Rata-rata Variabel Eksternal	67
4.2 Nilai Rata-rata Variabel Eksternal	67
4.3 Nilai Tertimbang Variabel Eksternal	68
4.4 Bobot Rata-rata Variabel Internal	74
4.5 Nilai Rata-rata Variabel Internal	74
4.6 Nilai Tertimbang Variabel Internal	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Matrik Daya Tarik Industri	8
1.2 Pilihan Strategi Matrik Daya Tarik Industri	15
2.1 Elemen Keunggulan Bersaing	27
2.2 Komponen Pokok Manajemen Strategi	31
2.3 Tiga Strategi Generik	34
2.4 Matrik Daya Tarik Industri	35
2.5 Pilihan Strategi Matrik Daya Tarik Industri	37
3.1 Struktur Organisasi BNI Cabang Purwokerto	42
4.1 Posisi Bisnis PT. BNI (Persero) Tbk Cabang Purwokerto	82
4.2 Matrik Daya Tarik Industri PT. BNI (Persero) Tbk Cabang Purwokerto	83
4.3 Pilihan Strategi Matrik Daya Tarik Industri	84