

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTO.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Strategi	7
2.2.1 Pengertian Strategi	7
2.2.2 Pengertian Manajemen Strategi	7
2.2.3 Level Strategi	10
2.2.4 Tipe - tipe Strategi	10
2.2.5 Tahap – tahap Manajemen Strategi.....	11
2.2.6 Manfaat Manajemen Strategik.....	12
2.3 Pemasaran.....	14
2.3.1 Pengertian Pemasaran	14

2.3.2	Konsep Pemasaran	14
2.3.3	Strategi Pemasaran.....	16
2.3.4	Bauran Pemasaran.....	17
2.4	Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	18
2.4.1	Definisi <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT).....	18
2.4.2	Analisis Lingkungan Internal.....	19
2.4.3	Analisis Lingkungan Eksternal	20
2.5	<i>Blue Ocean Strategy</i> (BOS).....	21
2.5.1	Pengertian <i>Blue Ocean Strategy</i> (BOS).....	21
2.5.3	Kerangka Kerja Empat Langkah.....	22
2.5.4	Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan.....	25
2.5.2	Kanvas Strategi.....	26
BAB III		28
3.1	Metode Dasar Penelitian	28
3.2	Lokasi Penelitian.....	28
3.3	Objek Penelitian	28
3.4	Jenis dan Sumber Data	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Pengolahan dan Analisis Data.....	30
3.6.1	Uji validitas dan reliabilitas	30
3.6.2	Analisis SWOT	32
3.6.3	<i>Blue Ocean Strategy</i>	32
3.6.4	Kesimpulan dan Saran	32
3.7	Diagram Alir	32
BAB IV		37
4.1	Faktor Internal	37
4.1.1	Tinjauan singkat perusahaan.....	38
4.1.2	Visi dan misi perusahaan	38
4.1.3	Produk dan Sumber Pemasok	39
4.1.4	Nilai Perusahaan	39
4.1.5	Produk	40
4.1.6	Proses Pemasaran.....	41

4.2	Faktor Eksternal	41
4.3	Data Tanggapan Responden.....	45
4.3.1	Variabel.....	45
4.4	Pengolahan hasil kuesioner	46
4.4.1	Uji kecukupan data.....	46
4.4.2	Uji validitas	46
4.4.3	Uji Reliabilitas	48
4.4.4	Rakapitulasi hasil kuisisioner	48
4.4.5	Penentuan nilai <i>strength</i> dan <i>weakness</i>	50
4.5	Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS)	51
4.6	Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS)	52
4.7	Matrik Profil Persaingan	54
BAB V	56
5.1	Analisis Matrik IFAS	56
5.2	Analisis matrik EFAS.....	56
5.3	Pendekatan Kuantitatif	57
5.4	Analisis Matrik Profil Persaingan	58
5.5	Analisis Data Hasil Kuisisioner	58
5.6	Penerapan <i>Blue Ocean Strategy</i>	61
5.6.1	Kanvas Strategi Awal	62
5.6.2	Kerangka kerja empat langkah.....	64
5.6.3	Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan	69
5.6.4	Perbandingan kanvas strategi awal dengan kanvas strategi baru.....	71
5.6.5	Analisis tiga ciri strategi yang baik.....	72
BAB VI	75
6.1	Kesimpulan.....	75
6.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas Salon <i>X-Pose</i>	47
Tabel 4.2 Uji Validitas <i>Salon Natasha</i>	47
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Salon X-Pose</i>	48
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner <i>Salon Natasha</i>	49
Tabel 4.6 Penentuan <i>Strength</i> dan <i>Weakness</i> dari Hasil Kuisisioner	50
Tabel 4.7 Matriks EFAS Salon X-Pose	51
Tabel 4.8 Matriks EFAS Salon Natasha	51
Tabel 4.9 Matrik IFAS Salon X-Pose	52
Tabel 4.10 Matrik IFAS <i>Salon Natasha</i>	53
Tabel 4.11 Matrik Profil Persaingan.....	54
Tabel 5. 1 Nilai Rata-Rata Hasil Kuisisioner	61
Tabel 5. 2 Nilai Rata-Rata Hasil Kuisisioner Faktor yang Diciptakan.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	20
Gambar 2. 2 <i>Red Ocean Versus Blue Ocean Strategy</i>	24
Gambar 2. 3 Kerangka Kerja 4 Langkah	25
gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	33
Gambar4.1 Tempat Bilas Rambut.....	40
Gambar4.1 Pewarnaan Rambut.....	40
Gambar4.1 <i>Creambath</i>	40
Gambar4.1 Produk yang di Jual.....	41
Gambar4.1 Tempat Pemetongan Rambut.....	41

