DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi i
Halaman Judul Skripsi ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme iii
Halaman Pengesahan Skripsi iv
Abstrak v
Kata Pengantar vi
Daftar Isi viii
Daftar Gambar ix
Daftar Tabel x
Daftar Lampiran xi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 4

BAB II KAJIAN PUSTAKA 5
2.1 Penelitian Terdahulu 5
2.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa 8
2.2.1 Pengertian Jasa 8
2.2.2 Karakteristik Jasa 8
2.3 Pengertian dan Konsep Strategi 9
2.4 Pengertian dan Konsep Pemasaran 11
2.5 Pengertian dan Konsep Strategi Pemasaran 12
2.6 Misi, Visi dan Tujuan Perusahaan 12
2.7 Proses Penyusunan Strategi 13
2.8 Analisis Lingkungan Eksternal 14
2.8.1 Analisis Lingkungan Umum 14
2.8.2 Analisis Struktur Industri 15
2.9 Analisis Lingkungan Internal 19
2.10 Jenis-jenis Pendekatan Analisis 21
2.10.1 Matrik Pertumbuhan Pangsa Pasar 21
2.10.2 Matrik Daya Tarik Industri 24
2.10.3 Analisis SWOT 26
2.11 Pemilihan Matrik Beserta Alasannya 29

BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Lokasi Penelitian 38
3.2 Obyek Penelitian 38
3.3 Tipe dan Metode Pengumpulan Data 38
3.4 Metode Analisis 39

BAB IV DATA PERUSAHAAN 47
4.1 Sejarah Berdirinya BRI 47
4.2 Sejarah PT. BRI (persero) Tbk Cabang Majenang 48
4.3 Visi, Misi dan Tujuan PT. BRI (persero) Tbk 48
4.4 Indikator Variabel Internal dan Eksternal Perusahaan 49
4.4.1 Indikator Variabel Internal 49
4.4.2 Indikator Variabel Eksternal 59
4.5 Persepsi Konsumen 63

BAB V ANALISIS DATA 65
5.1 Identifikasi Variabel Internal dan Eksternal 65
5.2 Pembobotan dan Penilaian Kualitatif Indikator Internal dan Eksternal 66
5.2.1 Pembobotan dan Penilaian Kualitatif Indikator Variabel Internal 66
5.2.2 Pembobotan dan Penilaian Kualitatif Indikator Variabel Eksternal . 70
5.3 Penilaian Kuantitatif Variabel Internal dan Eksternal 75
5.4 Klarifikasi Nilai dan Bobot 77
5.5 Rekapitulasi Hasil klarifikasi 77
5.6 Penentuan Posisi Bisnis 79
5.7 Perumusan dan Implikasi 80
5.7.1 Perumusan Strategi 80
5.7.2 Implikasi Strategi 83

BAB VI KESIMPULAN dan SARAN 88
6.1 Kesimpulan 88
6.2 Saran 89

Daftar pustaka
Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	*Model of Ritel Banking Strategy*	14
2.2	*Five Force Factor*	16
2.3	Matrik Pertumbuhan Pangsa Pasar	24
2.4	Matrik Daya Tarik Industri	25
2.5	Diagram SWOT	28
2.6	Diagram SWOT	36
5.1	Diagram SWOT	80

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Matrik Analisis SWOT	28
2.2	Indikator Variabel Internal dan Eksternal	30
2.3	Penilaian Kuantitatif Indikator Variabel Internal	31
2.4	Penilaian Kuantitatif Indikator Variabel Eksternal	31
2.5	Pembobotan Variabel Internal dan Eksternal	32
2.6	Klarifikasi Nilai dan Bobot Indikator Variabel Internal	33
2.7	Klarifikasi Nilai dan Bobot Indikator Variabel Eksternal	34
2.8	Rekapitulasi Variabel Internal	35
2.9	Rekapitulasi Variabel Eksternal	35
2.10	Matrik Analisis SWOT	37
3.1	Penilaian Kualitatif Variabel Internal Berdasarkan Persepsi Nasabah	42
3.2	Penilaian Kualitatif variable Eksternal Berdasarkan Persepsi Nasabah	42
3.3	Pembobotan Kualitatif Variabel Internal dan Eksternal Berdasarkan Persepsi Nasabah	43
3.4	Penilaian Kuantitatif Variabel Internal	44
3.5	Penilaian Kuantitatif Variabel Eksternal	44
3.6	Pembobotan Variabel Internal dan eksternal	44
4.1	Suku Bunga Simpanan Tabungan Menurut Kelompok Bank	60
4.2	Suku Bunga Kredit Rupiah Menurut Kelompok Bank	60
4.3	Posisi Simpanan dan Pinjaman PT. BRI (persero) Tbk cabang Majenang tahun 2001-2003	61
4.4	Switching Cost Menurut Kelompok Bank	62
4.5	Daftar Industri Perbankan di Majenang	62
4.6	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Nasabah Untuk Variabel Internal	64
4.7	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Nasabah Untuk Variabel Eksternal	64
5.1	Indikator Variabel Internal dan Eksternal	66
5.2	Penilaian Kuantitatif Variabel Internal	76
5.3	Penilaian Kuantitatif Variabel Eksternal	76
5.4	Nilai Tertimbang Variabel Internal	78
5.5	Nilai Tertimbang variable Eksternal	79
5.6	Matrik SWOT	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Konsumen
2. Kuesioner Manajemen
3. Struktur Organisasi PT. BRI (persero) Tbk Cabang Majenang
4. Hasil Kuesioner Konsumen
5. Rekapitulasi Kuesioner Penilaian Konsumen
6. Hasil Kuesioner Manajemen
7. Ketentuan Penilaian
8. Hasil Klarifikasi
9. Keterangan Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA