

## DAFTAR ISI

### COVER

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRAK</i> .....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Masalah.....	4
1.5 Batasan Masalah .....	5
1.6 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5

<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Management Strategi.....	7
2.2 Definisi Strategi .....	7
2.3 Tahap Penyusunan Strategi .....	9
2.4 Melakukan Audit Internal.....	10
2.4.1 Metriks Evaluasi Faktor Internal.....	10
2.5 Melakukan Audit Eksternal .....	10
2.5.1 Metriks Evaluasi Faktor Eksternal .....	11

2.6	Analisis dan Pemilihan Strategi.....	11
2.6.1	Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> ).....	11
2.6.2	Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE).....	13
2.6.3	<i>The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	13
2.7	<i>House Of Quality</i> .....	15
2.7.1	Kebutuhan Konsumen ( <i>customer needs</i> ).....	16
2.7.2	<i>Planning Matrix</i> .....	17
2.7.3	<i>Technical response</i> .....	18
2.7.4	<i>Relationship</i> .....	19
2.7.5	<i>Technical correlation</i> .....	19
2.7.6	Matrix Persyaratan Teknis .....	19
2.7	<i>Literatur Riview</i> .....	20
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....	24
3.2	Identifikasi Masalah .....	25
3.3	Rumusan Masalah .....	25
3.4	Tujuan Penelitian .....	25
3.5	Pengumpulan Data .....	26
3.6	Pengolahan Data .....	26
3.7	Analisis dan Pengolahan Data .....	28
3.8	Kesimpulan dan Saran.....	28
3.9	<i>Time Schedule</i> .....	28
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>30</b>
4.1	Pengumpulan Data. ....	30
4.1.1	Tahap Wawancara Dan Pengumpulan Data .....	30
4.1.1.1	Faktor Internal.....	31
4.1.1.2	Faktor Eksternal.....	34
4.2	Formulasi Alternatif Strategi.....	37
4.3	Tahap Masukan.....	37

4.3.1	Matriks IFE .....	37
4.3.2	Matriks EFE .....	39
4.4	Tahap Pencocokkan .....	40
4.4.1	Matriks IE .....	41
4.4.2	Matriks SWOT .....	42
4.5	Tahap Keputusan.....	46
4.6	HOQ ( <i>House of Quality</i> ) .....	48
4.6.1	Penyusunan Kuesioner.....	48
4.6.2	Pengumpulann Data.....	49
4.6.3	Pengolahan Data.....	50
4.6.3.1	Penyusunan <i>Customers Needs (WHATs)</i> .....	51
4.6.4	Penyusunan <i>Relationship</i> Matriks .....	52
4.6.4.1	Penetapan Technical Requirement ( <i>HOWs</i> ) .....	52
4.6.4.2	Penghubungan <i>WHATs</i> dan <i>HOWs (Relationship</i> Matriks) ...	52
4.6.4.3	Penghubungan antar <i>HOWs (Technical correlation)</i> .....	53
4.6.5	Penyusunan <i>Planing</i> Matriks .....	53
4.6.5.1	Penghitungan Nilai Customer Satisfaction Performance .....	54
4.6.5.2	Penghitungan Nilai <i>Competitive satisfaction performance</i> ....	55
4.6.5.3	Penentuan Goal .....	56
4.6.5.4	Penghitungan Nilai <i>Improvement Ratio</i> .....	56
4.6.5.5	Penentuan Sales Point .....	57
4.6.5.6	Penghitungan Nilai <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized</i> <i>Raw Weight</i> .....	57
4.6.6	Penyusunan <i>Technical Matrix</i> .....	58
4.6.6.1	Penghitungan Nilai <i>Contribution</i> dan <i>Normalized</i> <i>contribution</i> .....	59
4.6.6.2	Penghitungan Nilai <i>Own performance</i> .....	59
4.6.6.3	Penghitungan Nilai <i>Competitive Performance</i> .....	60
4.6.6.4	Penentuan Target.....	61
4.6.7	Hasil <i>House of Quality</i> .....	62
4.7	Tahap Output .....	64

4.7.1 Perumusan <i>ROADMAP</i> .....	64
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	71
<b>LAMPIRAN</b>	