DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ……. i

SURAT PERNYATAAN ……. ii

MOTTO …… iii

ABSTRAK …….. iv

KATA PENGANTAR ……. vi

DAFTAR ISI …… viii

DAFTAR TABEL …… xiii

DAFTAR GAMBAR …….. xiv

DAFTAR LAMPIRAN …… xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian …….. 1

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah …… 7

1.2.1 Fokus Penelitian …… 7

1.2.2 Rumusan Masalah …… 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian ……... 7

1.4 Kegunaan Penelitian …….. 8

1.4.1 Kegunaan Akademis …… 8

1.4.2 Kegunaan Praktis ……. 9

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian ……. 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka …… 11

2.1.1 Konsep Strategi …… 11

2.1.1.1 Definisi Strategi …… 11

2.1.1.2 Tipe-tipe Strategi ……. 12

2.1.2 Konsep *Retail* …… 13

2.1.2.1 Definisi *Retail* …….. 13

2.1.2.2 Klasifikasi Retail …….. 14

2.1.3 *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) ……. 17

2.1.3.1 Pengertian SWOT …… 17

2.1.3.2 Indikator SWOT …….. 18

2.1.3.2.1 Lingkungan Internal: *Strengths* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan) ……..... 19

2.1.3.2.2 Lingkungan Eksternal: Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman atau Tantangan (*Threats*) …….. 29

2.2 Kerangka pemikiran …… 37

2.3 Kajian Peneliti Terdahulu …….. 39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Alasan Penggunaan Metode Kualitatif …….. 44

3.2 Tujuan Studi : *explanatory reaserch* ……. 47

3.3 Studi Kasus Tunggal …….. 48

3.4 Penjelasan Menggunakan Studi Kasus Tunggal …… 49

3.5 Desain Penelitian …… 50

3.5.1 Rumusan Masalah Penelitian …….. 50

3.5.2 Proposisi Studi ……. 50

3.5.3 Unit Analisis ……. 53

3.5.3.1 Tempat Penelitian …… 53

3.5.3.2 Instrumen Penelitian ……. 53

3.5.3.3 Sampel Sumber Data …… 53

3.5.4 Keterkaitan Data Untuk Proposisi …….. 57

3.6 Jenis dan Sumber Data …… 57

3.6.1 Observasi ……. 59

3.6.2 Wawancara …… 59

3.6.3 Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen ……. 62

3.6.4 Trianggulasi ……. 62

3.7 Teknik Analisis Data ……. 63

3.7.1 Data yang Terkumpul ……. 63

3.7.2 Pengklasifikasian Data …… 65

3.7.2.1 EFAS (Matriks Faktor Strategi Eksternal) …… 65

3.7.2.2 IFAS (Matriks Faktor Strategi Internal) …… 70

3.7.2.3 Tahapan Analisis …… 74

3.7.3 Perumusan Proposisi Analisis SWOT …… 77

BAB IV HASIL ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian …… 79

4.1.1 Sejarah Perusahaan …… 79

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan …… 80

4.1.3 Job Description …….. 81

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan …….. 84

4.2 interview Secara Terbuka …….. 85

4.3 Keterbatasan Penelitian ……. 88

4.4 Menganalisis Data Studi Kasus…… 90

4.4.1 Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Toko Butik Amethyst Ungu Bandung …….. 90

4.4.1.1 Perankingan IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) …… 91

4.4.1.2 Pembobotan Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) …… 92

4.4.2 Identifikasi Faktor Eksternal (*External Strategic Factors Analysis Summary*) …….. 94

4.4.2.1 Perangkingan Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) ……. 99

4.4.2.2 Pembobotan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) …….. 96

4.4.3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal
Toko Butik Amethyst Ungu Bandung …….. 98

4.4.3.1 Faktor Internal ……..……. 98

4.4.3.2 Faktor Eksternal …….. 99

4.4.4 strategi Bisnis Toko Butik Amethyst Ungu Bandung …….. 99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan …… 108

5.2 Saran ……... 112

DAFTAR PUSTAKA ……. 113

KUISIONER

LAMPIRAN LAMPIRAN