

## DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I      PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Pembatasan Masalah.....	12
1.4. Rumusan Masalah.....	12
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian.....	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Deskripsi Konseptual.....	17
2.1.1. Daya Saing.....	17
2.1.2. Definisi Otomotif dan Industri Otomotif.....	21
2.1.3. Jenis-Jenis Industri Otomotif.....	22

2.1.4. Pengertian Strategi.....	26
2.2. Tahapan Manajemen Strategi.....	29
2.2.1. Formulasi Strategi.....	30
2.2.2. Implementasi Strategi.....	30
2.2.3. Evaluasi Strategi.....	31
2.3. Analisis Ekternal.....	32
2.4. Analisis Internal.....	37
2.5. Analisis Perceptual Mapping.....	42
2.6. Analisis SWOT.....	44
2.7. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	49
<b>BAB III</b>	<b>METODELOGI PENELITIAN</b>
1.1. Sifat Penelitian.....	56
1.2. Jenis Penelitian.....	56
1.3. Metode Pengumpulan Data.....	57
1.4. Metode Analisis Data.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	66
KUESIONER.....	67

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produksi Mobil di Wilayah ASEAN.....	1
Tabel 1.2 Penjualan Mobil di Wilayah ASEAN.....	2
Tabel 1.3 Penjualan Retail Light Truk Kendaraan Niaga, Januari – Desember 2017.....	8
Tabel 1.4 Penjualan Retail Medium Truk Kendaraan Niaga, Januari – Desember 2017.....	9
Tabel 1.5 Penjualan Retail Heavy Duty Truk Kendaraan Niaga, Januari – Desember 2017.....	10
Tabel 2.1 Analisis SWOT.....	45
Tabel 2.2 Matriks Review Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 2.3 Matriks Review Penelitian Terdahulu.....	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peta Persaingan Kendaraan Niaga Berdasarkan Penjualan, Januari – Desember 2017.....	11
Gambar 2.1 Five Forces Model.....	37
Gambar 2.2 Perceptual Mapping.....	44
Gambar 2.3 Matriks SWOT.....	48
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	59