

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul Depan.....	i
Sampul Dalam.....	ii
Persembahan.....	iii
Prasyarat Gelar.....	iv
Persetujuan.....	v
Penetapan Panitia.....	vi
Ucapan Terima Kasih.....	vii
Ringkasan.....	ix
Abstrak.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	11
2.2.1. Tingkatan Strategi dalam Perusahaan.....	15
2.2.2. Strategi Tingkat Bisnis.....	16
2.3. Balance Scorecard.....	20
2.3.1. Perspektif Keuangan.....	23
2.3.1.1. Menghubungkan Tujuan Keuangan pada Strategi Perusahaan.....	24
2.3.1.2. Tema Strategi untuk Perspektif Keuangan.....	26
2.3.2. Perspektif Proses Bisnis Internal.....	27
2.3.2.1. Inovasi.....	30
2.3.2.2. Proses Operasi.....	32
2.3.2.3. Layanan Purna Jual.....	36
2.4. Konsep Dasar Produk & Jasa	
2.4.1. Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa.....	39
2.4.2. Karakteristik Jasa.....	40
2.4.3. Klasifikasi Jasa.....	43
2.4.4. Orientasi Konsumen.....	44
2.4.5. Segmentasi Pasar Jasa.....	47
2.4.6. Radio Siaran.....	48

BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1. Kerangka Konseptual.....	53
3.2. Hipotesis.....	54
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Identifikasi Variabel	55
4.2. Definisi Operasional Variabel	55
4.3. Prosedur Penentuan Populasi dan Sampel	58
4.4. Prosedur Pengumpulan Data	
4.4.1. Jenis dan Sumber Data	59
4.4.2. Cara Pengumpulan Data	60
4.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.5.1. Uji Validitas.....	61
4.5.2. Uji Reliabilitas.....	61
4.6. Model dan Teknik Analisis	
4.6.1. Model Analisis	62
4.6.2. Teknik Analisis.....	64
4.6.2.1. Pengujian Hipotesis	64
BAB V. ANALISIS HASIL PENELITIAN	
5.1. Sejarah Singkat Radio.....	70
5.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	71
5.3. Gambaran Umum Internal Perusahaan	
5.3.1. Masalah yang Dihadapi Radio FM Surabaya dan Sekitarnya.....	89
5.3.2. Tingkat Pendidikan Karyawan Tetap.....	90
5.3.3. Motivasi.....	93
5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	
5.4.1. Uji Validitas.....	94
5.4.2. Uji Reliabilitas.....	98
5.5. Pengaruh Proses Bisnis Internal Terhadap Kinerja Keuangan.....	99
5.5.1. Multikolinearitas.....	100
5.5.2. Heteroskedastisitas.....	102
5.5.3. Uji Normalitas.....	103
5.6. Analisis Regresi.....	104
BAB VI. PEMBAHASAN	
6.1. Interpretasi Koefisien Regresi.....	109
6.1.1. Pengembangan Program (R&D).....	109
6.1.2. Ketertarikan (Respon) Terhadap Program Acara Interaktif (X2).....	111
6.1.3. Kualitas Siaran (X3).....	113
6.1.4. Fleksibilitas Operasi (X4).....	116
6.1.5. Teknologi dan Peralatan (X5).....	117
6.1.6. Hubungan dengan Konsumen (X6).....	118

6.1.7. Tanggung Jawab Kepada Publik (X7).....	119
6.2. Strategi Fungsional.....	120
6.2.1. Aspek Pemasaran.....	121
6.2.2. Aspek Personalia.....	125
6.2.3. Aspek Keuangan.....	126
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1. Kesimpulan.....	128
7.2. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN.....	134