

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran .....	xi
Abstrak .....	xii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
I.4 Tujuan Penelitian .....	8
I.5 Lingkup Penelitian.....	9
I.6 Manfaat Penelitian .....	9
I.7 Sistematika Penulisan .....	10
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
II.1 Konsumen.....	11
II.2 Merek.....	12
II.3 Kesadaran Merek.....	14
II.4 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .....	16
II.5.1 Segmentasi Pasar ( <i>Segmenting</i> ) .....	17
II.5.2 Penentuan Pasar Sasaran ( <i>Targeting</i> ) .....	18
II.5.3 Penempatan ( <i>Positioning</i> ).....	18
II.5 Proposisi Nilai .....	19
II.6 Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	21

II.5.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	23
II.5.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	24
II.5.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	25
II.5.4 Lokasi ( <i>Place</i> ).....	27
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b>	
III.1 Desain Penelitian.....	29
III.2 Metoda Pengumpulan Data .....	32
III.3 Instrumen Penelitian.....	34
III.4 Metoda Analisis Data.....	35
III.5 Profil Kasus .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
IV.1 Proposisi Nilai Pasti Prima SPBU Pertamina .....	45
IV.2 Strategi Bauran Pemasaran Pasti Prima SPBU Pertamina.....	52
IV.2.1 Strategi Produk Pasti Prima.....	53
IV.2.2 Strategi Harga Pasti Prima .....	57
IV.2.3 Strategi Promosi Pasti Prima.....	58
IV.2.4 Strategi Lokasi Pasti Prima .....	60
IV.3 Analisis Deskriptif Data Survei .....	62
IV.4 Analisis Konsumen “Pasti Prima” SPBU Pertamina .....	66
IV.4.1 Kesadaran Konsumen Akan Konsep Pasti Prima.....	66
IV.4.2 Ketersediaan Atribut SPBU Pertamina Pasti Prima dalam Memenuhi Kebutuhan dan Harapan Konsumen .....	73
IV.5 Evaluasi Keefektifan Proposisi Nilai dan Strategi Bauran Pemasaran SPBU Pertamina Pasti Prima .....	77
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>	
V.1 Simpulan .....	81
V.2 Keterbatasan dan Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b> .....	91

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	
Data Survei Konsumen SPBU Pertamina Pasti Prima 31-126-01	
Lenteng Agung.....	64
Tabel 4.2	
Evaluasi Proposisi Nilai dan Strategi Bauran Pemasaran Pasti	
Prima .....	78

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Sasaran Konsumen SPBU Pertamina Pasti Prima .....	44
Gambar 4.1 Tampilan SPBU Pertamina Pasti Prima.....	47
Gambar 4.2 Sketsa Denah SPBU Pertamina Pasti Prima 31-126-01 Lenteng Agung, Jakarta Selatan.....	48
Gambar 4.3 10 Elemen Pasti Prima .....	49
Gambar 4.4 Elemen-elemen Unggulan SPBU Pertamina Pasti Prima .....	52
Gambar 4.5 Contoh Aktivitas Promosi SPBU Pertamina Pasti Prima dalam Gerakan Aktivasi Kartu Ponta .....	60
Gambar 4.6 Jenis Kelamin Responden .....	63
Gambar 4.7 Usia Responden.....	63
Gambar 4.8 Kepadatan Area Parkir Kendaraan Konsumen Pada Malam Hari di SPBU Pertamina Pasti Prima 31-126-01 Lenteng Agung, Jakarta Selatan .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Hasil Observasi Dokumen Diskusi Pertamina Persero April 2016 <i>“Building the Next Generation Marketing for Pertamina: Dealer Socialization”</i> .....	91
Lampiran 2 Dokumentasi Observasi Lapangan .....	95
Lampiran 3 Kuesioner Konsumen .....	102