

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	x
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Kerangka Penelitian	3
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	5
2.1. Gambaran Umum Perusahaan	5
2.1.1. Profil dan Sejarah Rumah Makan WAGOBAR.....	5
2.2. Tinjauan Pustaka	6
2.2.1. Strategi	6
2.2.2. Pemasaran	7
2.2.3. Tujuan Pemasaran	8
2.2.4. Strategi Pemasaran	9
2.2.5. Konsep Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)	12
2.2.5.1. Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>).....	12
2.2.5.2. Target Pasar (<i>Targeting</i>).....	15
2.2.5.3. Posisi (<i>Positioning</i>).....	16
2.2.6. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
2.3. Keaslian Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1.	Desain Penelitian	26
3.1.1.	Pendekatan Penelitian	28
3.2.	Jenis Penelitian dan Sumber Data	28
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.	Teknik Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		33
4.1.	Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan WAGOBAR	33
4.1.1.	Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>) Rumah Makan WAGOBAR	33
4.1.2.	Strategi Target (<i>Targeting</i>)	34
4.1.3.	Strategi Posisi (<i>Positioning</i>)	35
4.2.	Analisis Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Rumah Makan WAGOBAR	35
4.2.1.	Produk (<i>Product</i>)	36
4.2.2.	Harga (<i>Price</i>)	37
4.2.3.	Promosi (<i>Promotion</i>)	38
4.2.4.	Tempat (<i>Place</i>)	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		39
5.1.	Kesimpulan	39
5.2.	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN		46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan WAGOBAR	2
Tabel 2.1 Keaslian Penelitian.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	35
------------------	----