

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	5
1.3.    Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4.    Tujuan Penelitian .....	7
1.5.    Manfaat Penelitian .....	8
1.6.    Lingkup Penelitian .....	8
1.7.    Sistematika Penelitian .....	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI .....	11
2.1.    Pemasaran .....	11
2.2.    Strategi Pemasaran .....	15
2.3. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> .....	23
2.4.    Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	30
2.5.    Kerangka Penelitian .....	35
2.6.    Penelitian Sebelumnya.....	36
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN .....	41
3.1.    Desain Penelitian .....	41



3.2.	Jenis Data .....	41
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.4.	Instrumen Penelitian .....	43
3.5.	Metode Analisis Data .....	44
3.6.	Identifikasi Narasumber .....	45
3.7.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.8.	Profil Lokasi Penelitian .....	46
BAB IV .....		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1	Ringkasan Rencana Pemasaran .....	53
4.2	Analisis Situasi .....	54
4.2.	Analisis Segmentasi Pasar .....	68
4.3.	Analisis Industri .....	80
4.4.	Analisis Persaingan .....	85
4.5.	Analisis Keunggulan Kompetitif .....	88
4.6.	Analisis SWOT .....	90
4.7.	Strategi <i>Marketing Plan</i> .....	100
4.8.	Program <i>Marketing Plan</i> .....	123
4.9.	Evaluasi dan Manajemen Kontrol .....	125
BAB V .....		130
KESIMPULAN DAN SARAN .....		130
5.1	Kesimpulan .....	130
5.2	Implikasi .....	136
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	137
5.4	Saran .....	137
DAFTAR PUSTAKA .....		140
DAFTAR LAMPIRAN .....		143