

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
1. Permasalahan	1
2. Rumusan Masalah	3
3. Keaslian Penelitian	3
4. Manfaat Penelitian	4
B. Tujuan Penelitian	5
C. Tinjauan Pustaka	6
D. Landasan Teori	8
E. Metode Penelitian	10
1. Model Penelitian	10
2. Bahan Penelitian	10
3. Langkah Penelitian	11
4. Teknik Analisis	12

F. Hasil yang Dicapai	13
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II ETIKA BISNIS SONNY KERAF	
A. Biografi dan Karya Sonny Keraf	15
B. Pengertian Etika Bisnis	17
C. Prinsip-prinsip Etika Bisnis	21
1. Prinsip Otonomi	21
2. Prinsip Kejujuran	22
3. Prinsip Keadilan	23
4. Prinsip Saling Menguntungkan	24
5. Prinsip Integritas Moral	25
BAB III SEGMENTASI KONSUMEN DALAM STRATEGI PEMASARAN	
A. Pengertian Segmentasi Konsumen	27
B. Tingkat Segmentasi Konsumen	28
1. Pemasaran Segmen	29
2. Pemasaran Relung	29
3. Pemasaran Lokal	30
4. Pemasaran Individual	30
C. Pola Segmentasi Konsumen	31
1. Preferensi Homogen	31
2. Preferensi Tersebar	33
3. Preferensi Terkelompok	33
D. Dasar Variabel dalam Segmentasi Konsumen	33

1. Segmentasi Demografis	34
2. Segmentasi Geografis	34
3. Segmentasi Perilaku	35
4. Segmentasi Psikografis	36
E. Prosedur Segmentasi Konsumen	36
1. <i>Survey Stage</i>	37
2. <i>Analysis Stage</i>	37
3. <i>Profiling Stage</i>	38
BAB IV PERTIMBANGAN ETIS SEGMENTASI KONSUMEN BERDASARKAN PEMIKIRAN SONNY KERAF	
A. Konsep dan Implementasi Segmentasi Konsumen dalam Praktik Bisnis	40
B. Analisis Etis Segmentasi Konsumen Berdasarkan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Sonny Keraf	45
C. Keuntungan dan Tanggung Jawab Etis Perusahaan dalam Segmentasi Konsumen	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	57
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	62