



Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran.....	x
Daftar Istilah	xi
Intisari	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Motivasi Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Lingkup Penelitian	10
1.9 Sistematika Penulisan	10
BAB II. LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.1 Definisi Strategi.....	12
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	13
2.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	15
2.2.1 <i>Segmenting</i>	15
2.2.2 <i>Targeting</i>	19
2.2.3 <i>Positioning</i>	21
2.3 <i>Marketing Mix</i>	23
2.3.1 <i>Product</i>	24
2.3.2 <i>Price</i>	25



2.3.3 <i>Place</i>	27
2.3.4 <i>Promotion</i>	32
2.4 SWOT	34
BAB III. METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.2.1 Sumber Data Primer	39
3.2.2 Sumber Data Sekunder	42
3.2 Profil Perusahaan	43
3.3 Profil Produk	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Analisa <i>Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning</i>	50
4.2 Analisa Bauran Pemasaran	55
BAB V. SIMPULAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Keterbatasan	62
5.3 Saran	62
Daftar Pustaka	66