

DAFTAR ISI

RENCANA PEMASARAN SPA VBC	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Karakteristik Jasa	9

2.2 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	12
2.3 Rencana Pemasaran	12
2.4 Manfaat Perencanaan Pemasaran	13
2.5. Isi dari Perencanaan Pemasaran	14
2.5.1 Ringkasan Eksekutif	15
2.5.2 Analisis Situasi	15
2.5.3 Strategi Pemasaran	24
2.5.4 Proyeksi Keuangan	30
2.5.5 Kendali Implementasi	34
BAB III METODA PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Jenis Data	38
3.3 Metode Pengumpulan Data	39
3.3.1 Identifikasi Narasumber	41
3.3.2 Identifikasi Responden	41
3.4 Instrumen Penelitian	41
3.5 Metode Analisis Data	48
3.6 Profil Spa VBC	50
3.7 Kerangka Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Ringkasan Eksekutif	54
4.2 Analisis Situasi	55



4.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	55
4.2.2 Analisis Lingkungan Internal	77
4.2.3 Analisis SWOT	83
4.2.4 Analisis Persaingan....	83
4.2.5 Penawaran Produk VBC	98
4.2.6 Kunci Keberhasilan Pemasaran	100
4.2.7 Isu-isu Penting dalam Bisnis	100
4.3. Strategi Pemasaran	101
4.3.1 Visi dan Misi	101
4.3.2. Tujuan pemasaran	102
4.3.3 Tujuan Keuangan	102
4.3.4 Segmentasi Pasar, Target Pasar dan Penempatan Merek	104
4.3.5 Strategi Bauran Pemasaran	109
4.3.6 Penelitian Pasar	117
4.4 Proyeksi Keuangan	117
4.5 Pengendalian dan Implementasi	121
BAB V SIMPULAN	127
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	135