

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR ISTILAH .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	5
1.5.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	5
1.6 Tinjauan Pustaka .....	7
 BAB II LANDASAN TEORI .....	 8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Aspek Pemasaran .....	9
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.4 Strategi Pemasaran .....	10
2.1.5 Segmenting, Targeting, Positioning .....	11
2.1.6 Marketing Mix.....	13

2.2	Properti .....	15
2.2.1	Pengertian Properti .....	15
2.2.2	Pemasaran Properti .....	16
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....		19
3.1	Sejarah Perusahaan .....	19
3.1.1	Kondisi Geografis .....	20
3.1.2	Wilayah Kerja .....	20
3.1.3	Sarana Prasarana .....	21
3.2	Struktur Organisasi .....	23
3.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	25
3.2.1	Visi .....	25
3.2.2	Misi .....	25
3.4	Jenis-Jenis dan Nama Perumahan .....	25
3.5	Sistem Pembayaran Pada Jual Beli Perumahan .....	27
3.6	Dokumen Kredit Pemilikan Rumah .....	27
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		29
4.1	Analisis Kesempatan Pasar .....	29
4.2	Pemilihan Sasaran Pasar .....	29
4.2.1	Mengukur dan Memperkirakan Permintaan .....	29
4.2.2	Segmentasi Pasar .....	30
4.2.3	Penentuan Lokasi Pasar .....	31
4.2.4	Mengembangkan Bauran Pemasaran .....	31
4.3	Metode Periklanan Sebagai Promosi Perumahan .....	34
4.3.1	Iklan Media Online .....	34
4.3.2	Iklan Ruang Publik .....	34
4.3.3	Iklan Media Brosur/Selebaran .....	34

4.4	Metode Personal Selling Dalam Memasarkan Perumahan .....	35
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		37
5.1	Kesimpulan .....	37
5.2	Saran .....	38
DAFTAR PUSTAKA .....		39
LAMPIRAN .....		40