



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Konsep Pemasaran	8
2.2.1 Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan	8
2.2.2 Penawaran dan Merk	9
2.2.3 Nilai dan Kepuasan.....	9
2.3 Manajemen.....	10
2.4 Perencanaan Strategi Pemasaran	11
2.5 Strategi Pemasaran	13
2.6 <i>Segmenting, Targeting, & Positioning</i>	15
2.6.1 Segmentasi Pasar Sasaran (<i>Market Segmentation</i>).....	15
2.6.2 Penentuan Pasar Sasaran (<i>Market Targeting</i>).....	16
2.6.3 <i>Market Positioning</i>	17
2.7 <i>Marketing Mix</i>	28
2.7.1 <i>Product</i>	29
2.7.2 <i>Price</i>	29
2.7.3 <i>Place</i>	29
2.7.4 <i>Promotion</i>	29
2.8 Metode Penelitian	30



2.8.1 Metode Observasi	30
2.8.2 Metode Wawancara	30
2.8.3 Metode Studi Pustaka	30
2.9 Jenis & Sumber Data	31
2.9.1 Data Primer	31
2.9.2 Data Sekunder	31
BAB III	33
3.1 Gambaran Umum Le Travail Cafe	33
3.2 Segmentasi & Target Pasar	34
3.3 <i>Positioning</i>	35
3.4 <i>Marketing Mix`</i>	39
3.4.1 <i>Product</i>	40
3.4.2 <i>Price</i>	42
3.4.3 <i>Place</i>	43
3.4.4 <i>Promotion</i>	44
BAB IV	48
4.1 Kesimpulan	48
4.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50