

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1.8 Sistematika Penulisa Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori-teori terkait penelitian terdahulu.....	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.1.2 Segmenting.....	18
2.1.3 Targeting.....	19
2.1.4 Positioning.....	20
2.1.5 Persepsi.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
1.1 Karakteristik Penelitian.....	31
1.2 Alat Pengumpulan Data.....	31
1.3 Tahapan Penelitian.....	33
1.4 Populasi dan Sampel.....	33
1.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	36
1.6 Validitas dan Reliabilitas.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65