

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	2
1.1.3. Struktur Organisasi.....	2
1.1.4. Logo dan Makna Logo	3
1.1.5. Produk atau Layanan.....	3
1.2. Latar Belakang	4
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Kegunaan Penelitian.....	11
1.6. Batasan Masalah.....	12
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Pemasaran	14
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3. <i>Value Chain</i>	15
2.1.4. <i>Competitive Advantage</i>	16
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Pemikiran	29

2.4.	Model Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	30
3.2.	Jenis Penelitian	30
3.3.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	31
3.3.1.	Variabel Operasional	31
3.3.2.	Skala Pengukuran.....	34
3.4.	Tahapan Penelitian.....	35
3.5.	Populasi dan Sampel	37
3.5.1.	Populasi.....	37
3.5.2.	Sampel.....	37
3.5.3.	Teknik <i>Sampling</i>	38
3.6.	Pengumpulan Data	40
3.6.1.	Sumber Data.....	40
3.6.2.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7.	Uji Keabsahan Data	41
3.7.1.	Uji Validitas.....	41
3.7.2.	Uji Reliabilitas	42
3.8.	Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1.	Analisis Deskriptif	43
3.8.2.	Analisis Faktor	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Analisis Karakteristik Responden	47
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.2.1.	Validitas.....	49
4.2.2.	Reliabilitas	50
4.2.3.	Analisis Deskriptif	51
4.2.4.	Analisis Faktor	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1.	Kesimpulan.....	60
5.2.	Saran.....	61

5.2.1. Bagi Perusahaan	61
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	66