

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	12
1.1.1 Profil Perusahaan	12
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	13
1.1.3 Logo dan Makna Logo.....	13
1.1.4 Produk/ layanan	14
1.1.5 Struktur Organisasi	16
1.2 Latar Belakang.....	16
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.6 Batasan Masalah.....	21
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran	23
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Variabel Operasional.....	35
3.4 Tahap Penelitian Kualitatif.....	37
3.5 Pengumpulan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Deskripsi Informan	47
4.1.2 Hasil Observasi	48
4.1.3 Hasil Wawancara	48
4.1.4 Hasil Dokumentasi.....	57
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Strategi Aspek Produk	61
4.2.2 Strategi Aspek Harga	63
4.2.3 Strategi Aspek Tempat/Saluran Distribusi	64
4.2.4 Strategi Aspek Promosi	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70