

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Kajian Terdahulu.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
A. Manajemen Pemasaran	13
B. Strategi Pemasaran	14
C. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	19
BAB III METODE PENELITIAN	26

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B. Kehadiran Peneliti	27
C. Lokasi Penelitian	28
D. Sumber Data.....	28
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	30
F. Analisis Data.....	33
G. Pengecekan Keabsahan Data	34
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	36
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum	38
B. Paparan Data	48
C. Temuan Penelitian.....	60
D. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
Daftar Rujukan	70
Pernyataan Keaslian Tulisan	73
Lampiran-lampiran	74