

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Batasan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori.....	14

2.2.1	Srategi Pemasaran	14
2.2.2	Fungsi Strategi Pemasaran	16
2.2.3	Jenis Strategi Pemasaran	16
2.3	Segmentasi Pasar	18
2.3.1	Cara Melakukan Segmentasi Pasar	20
2.4	Targeting Pasar	21
2.4.1	Menentukan Targeting Pasar	22
2.5	Positioning Pasar.....	25
2.6	Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Informan Penelitian.....	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4	Triangulasi	33
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN	
	PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	38
4.1.1	Gabaran Umum Perusahaan	39
4.1.2	Struktur Oranisasi.....	39
4.2	Diskripsi Informan	41
4.3	Hasil Analisis Data	45

4.4 Pembahasan Analisis Tentang Strategi Peasaran Yang Di Terapkan oleh PT Putra Perdana Indoniaga Cabang Kediri	48
4.4.1 Strategi Peasaran (Segentasi dan Target)	49
4.4.2 Bauran Peasaran (Marketing Mix)	54
4.4.3 Pasar	60
4.4.4 Kualitas	62
BAB V AKHIR PENELITIAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN