

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5

### **BAB II KAJIAN TEORI**

2.1 Kajian Teoritis.....	7
2.1.1 Definisi Strategi Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP).....	9
2.1.3 Segmentasi Pasar (Segmenting).....	9
2.1.4 Target Pasar (Targeting).....	11
2.1.5 Positioning.....	12
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	13
2.3 Kerangka Pikir.....	16

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian.....	18
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian.....	20
3.4 Sumber Data.....	21
3.5 Teknik Penumpukan Data.....	21
3.5.1 Observasi.....	22
3.5.2 Wawancara/ In-depth Interview.....	23
3.5.3 Langkah-langkah Wawancara.....	23
3.5.4 Jenis Pertanyaan Dalam Wawancara.....	24
3.5.5 Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen.....	24
3.6 Instrumen Penelitian.....	25

3.7	Teknik Analisis Data .....	27
3.8	Uji Keabsahan Data.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Obyek Penelitian .....	31
4.2	Data Informan .....	35
4.3	Paparan (Penyajian) Data.....	41
4.4	Validitas Data.....	52
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	55
5.2	Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>59</b>