



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBARAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Ruang Lingkup Pembahasan.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Manajemen Marketing Mix	
1. Pengertian, Prinsip, dan Fungsi Manajemen.....	11
2. Pengertian Marketing Mix.....	22
3. Faktor Pendukung pemasaran.....	27
4. Faktor Penghambat Pemasaran.....	29
B. Membangun Minat Konsumen	
1. Pengertian Minat.....	31
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat konsumen	35
C. Pengembangan Faktor Pendukung Manajemen Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Konsumen.	
1. Strategi Pengembangan Manajemen Marketing Mix.....	38



2. Strategi Perencanaan Manajemen Marketing Mix.....	41
3. Pengembangan Faktor Pendukung Marketing Mix.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Kehadiran Peneliti.....	53
C. Lokasi Penelitian.....	53
D. Sumber Data.....	54
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	55
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	59
H. Analisis Data.....	60

BAB IV PAPARAN DATA

A Diskripsi Obyek Penelitian.....	62
1. Sejarah Singkat SMP Rahmat Surabaya.....	62
2. Kondisi SMP Rahmat Surabaya.....	63
3. Visi Misi SMP Rahmat Surabaya.....	65
4. Struktur Organisasi SMP Rahmat Surabaya.....	66
5. Struktur Organisasi SMP Rahmat Secara operasional.....	67
6. Mekanisme kerja pengelola SMP Rahmat Surabaya.....	68
7. Tugas dan Fungsi.....	69
B. Paparan Data Penelitian	
1. Manajemen Marketing Mix yang Terlaksana di SMP RAHMAT Surabaya.....	73
2. Faktor penghambat dan pendukung Dari Manajemen Marketing Mix terhadap Minat Konsumen Di SMP RAHMAT Surabaya.....	78
3. Pengembangan Faktor Pendukung Manajemen Marketing Mix Ke depan Di SMP RAHMAT Surabaya.....	82



BAB V ANALISIS DATA

A. Manajemen Marketing Mix yang ada di SMP RAHMAT Surabaya.....	84
B. Faktor penghambat dan pendukung Dari Manajemen Marketing Mix terhadap Minat Konsumen Di SMP RAHMAT Surabaya.....	86
C. Pengembangan yang di Harapkan Dalam Manajemen Marketing Mix Ke depan Di SMP RAHMAT Surabaya.....	89

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran-Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN