

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERTANYAAN TANGGUNG JAWAB.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konseptual	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KERANKA TEORITIK.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teoritik	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14

2. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran	17
3. Mengembangkan Strategi Pemasaran	18
4. Pemasaran Organisasi	35
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Penelitian dan Jenis Penelitian.....	40
B. Objek Penelitian.....	41
C. Jenis dan Sumber Data.....	41
D. Tahap-tahap Penelitian.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Teknik Keabsahan Data	50
BAB VI PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	52
A. Setting Penelitian	52
B. Penyajian Data	61
C. Analisis Data.....	79
D. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	92
A. kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Memperjelas Penelitian Terdahulu 13

1.2 Memperjelas Sumber Data..... 48

1. 3 Produk Serta Harga 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Pola Pokok Preferensi Pasar	19
2.2 Tingkatan Produk Dalam Pengembangan Produk	27
2.3 Saluran Distribusi Barang Konsumsi	31
2.4 Penilaian Citra.....	35