

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Strategi Pemasaran <i>Blue Ocean</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	31

3.3	Objek dan Subjek Penelitian	32
3.4	Variabel Penelitian	32
3.5	Definisi Operasional	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data	33
3.7	Instrumen Penelitian	34
3.8	Teknik Analisis Data	34
BAB IV PEMBAHASAN.....		38
4.1	Merekonstruksi Batasan-Batasan Pasar	38
4.2	Hasil Penelitian	42
4.2.1	Langkah <i>Eliminate</i>	42
4.2.2	Langkah <i>Reduce</i>	42
4.2.3	Langkah <i>Raise</i>	43
4.2.4	Langkah <i>Create</i>	44
4.3	Pengujian Ide <i>Blue Ocean Strategy</i>	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....		49