

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	7
1.3 Perumusan masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	20
2.1.3 Model Analisis PEST .....	24
2.1.4 <i>Porter's Five Forces</i> .....	25
2.1.5 <i>Porter's Generic Strategic</i> .....	30
2.1.6 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	30
2.1.7 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	43
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	53
2.2. Kerangka Pemikiran .....	71

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>75</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	75
3.1.1 Tujuan Penelitian .....	75
3.1.2 Paradigma Penelitian .....	75
3.1.3 Pendekatan Terhadap Pengembangan Teori .....	75
3.1.4 Metodologi Penelitian .....	76
3.1.5 Strategi Penelitian .....	76
3.1.6 Unit Analisis .....	76
3.1.7 Keterlibatan Penelitian.....	77
3.1.8 Latar Penelitian .....	77
3.1.9 Waktu Pelaksanaan .....	77
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	78
3.3 Tahapan Penelitian .....	88
3.4 Populasi dan Sampel/Situasi Sosial .....	90
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	93
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas .....	94
3.7 Teknik Analisis Data.....	95
3.7.1 Analisis Data Winoing .....	96
3.7.2 Segmentasi Geografis and Demografis.....	96
3.7.3 Segmentasi Perilaku.....	99
3.7.4 Klasterisasi .....	99
3.7.5 <i>K-Means</i> .....	100
3.7.6 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal.....	104
3.7.7 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	105
3.7.8 SWOT ( <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i> ) <i>Analysis</i> .....	106
3.7.9 <i>Triangulasi</i> .....	107
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>111</b>
4.1 Karakteristik Responden dan Data.....	111
4.1.1 Karakteristik Responden .....	111
4.1.2 Karakteristik Data .....	114

4.2 Hasil Penelitian.....	116
4.2.1 Segmentasi Geografis dan Demografis .....	119
4.2.2 Segmentasi Perilaku Pelanggan.....	122
4.2.3 Segmentasi Perilaku Pelanggan Klaster 1 .....	123
4.2.4 Segmentasi Perilaku Pelanggan Klaster 2 .....	125
4.2.5 Segmentasi Perilaku Pelanggan Klaster 3 .....	128
4.2.6 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal .....	132
4.2.7 SWOT ( <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i> ) .	135
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	161
4.3.1 Variabel Penelitian .....	161
4.3.2 Segmentasi Geografis dan Demografis .....	162
4.3.3 Segmentasi Perilaku Pelanggan.....	164
4.3.4 SWOT ( <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i> ) .	166
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	173
5.1 Kesimpulan.....	173
5.2 Saran .....	178
5.2.1 Aspek Teoritis .....	179
5.2.2 Aspek Praktis.....	179
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	183