

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.1.4 Produk/Layanan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Batasan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Masalah Sosial.....	13
2.1.5 Preferensi Konsumen.....	17

2.1.6 Generasi Z	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
<u>2.3 Kerangka Berpikir.....</u>	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Informan Penelitian.....	26
3.4 Pengumpulan Data	27
3.4.1 Wawancara	27
3.4.2 Observasi	31
3.4.3 Dokumentasi.....	31
3.5 Uji Keabsahan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Deskripsi Informan	33
4.1.2 Hasil Wawancara.....	34
4.2 Pembahasan.....	54
4.2.1 Brand Preference	54
4.2.2 Customer Satisfaction.....	54
4.2.3 Perceived Value	55
4.2.4 Social Value	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	61