

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Proyek Akhir	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Batasan Masalah	5
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Manajemen pemasaran	7
2.1.2 Pemasaran	8
2.1.3 <i>Customer Journey</i>	8
2.1.5 <i>Customer Journey Mapping</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Penutup Bab	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Pendekatan Penelitian	18
3.2 Variabel Operasional	18
3.3 Situasi Sosial	20
3.4 Pengumpulan Data	20
3.5 <i>Customer Journey Mapping Technique</i>	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Pendahuluan	27
4.2 Hasil Penelitian	27
4.2.1 Implementasi <i>Customer Journey Mapping</i> di “Lagi Kreatif”	27

<u>4.2.2 Tantangan dalam Implementasi Customer Journey Mapping</u>	31
<u>4.3 Analisis Hasil Penelitian</u>	32
<u>4.3.1 Evaluasi Keberhasilan Customer Journey Mapping</u>	32
<u>4.3.2 Identifikasi Hambatan dan Solusi</u>	33
4.4 Pembahasan	34
<u>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</u>	35
<u>5.1 Kesimpulan</u>	35
<u>5.2 Saran</u>	35
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	37