

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABLE	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3. Logo dan Makna Logo	2
1.1.4. Struktur Organisasi	3
1.1.5. Produk/ layanan.....	3
1.2. Latar Belakang	4
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Batasan Masalah.....	8
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Pemasaran.....	10
2.2. Pengertian manajemen pemasaran	10
2.3. Bauran pemasaran	11
2.4. STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning).....	12
2.5. Intellimice Classifier	13
2.6. Penelitian terdahulu	14
2.7. Kerangka pemikiran	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Pendekatan Penelitian.....	18
3.2. Jenis Penelitian	18
3.3. Variable Oprasional.....	19
3.4. Tahapan Penelitian	20
3.5. Pengumpulan Data	21

5.1.1.	Informan atau Sumber Data Penelitian	21
5.1.2.	Instrumen Penelitian.....	22
5.1.3.	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6.	Uji Keabsahandata.....	33
3.7.	Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1.	Deskriptif Informan	38
4.2.	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	Segmenting, Targeting, Positioning.....	39
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.3.1.	Segmenting, Targeting, Positioning.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		46
5.1.	Kesimpulan.....	46
5.2.	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		49