

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1.    Profil Produsen.....	1
1.1.2.    Visi dan Misi Produsen .....	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 .....	6
1.4.    Tujuan Penelitian.....	6
1.5.    Kegunaan Penelitian.....	7
1.6.    Batasan Masalah.....	7
1.7.    Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1.    Landasan Teori .....	9
2.1.1.    Pemasaran .....	9
2.1.2.    Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3.    Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4.    STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ) .....	12

2.1.5	<i>Smart Mannequin</i> .....	23
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	31
3.2.	Jenis Penelitian .....	31
3.3.	Variabel Operasional .....	32
3.4.	Tahapan Penelitian.....	33
3.5.	Pengumpulan Data .....	34
3.5.1.	Informan atau Sumber Data Penelitian .....	34
3.5.2.	Instrumen Penelitian .....	35
3.5.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.	Uji Keabsahan Data .....	46
3.7.	Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	51
4.2.	Deskripsi Informan.....	51
4.3.	Hasil Wawancara .....	52
4.3.1.	<i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	52
4.4.	Pembahasan Hasil Wawancara .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>67</b>
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>75</b>