

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABLE</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
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
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
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
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>46</b>
5.1.	Kesimpulan.....	46
5.2.	Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>49</b>