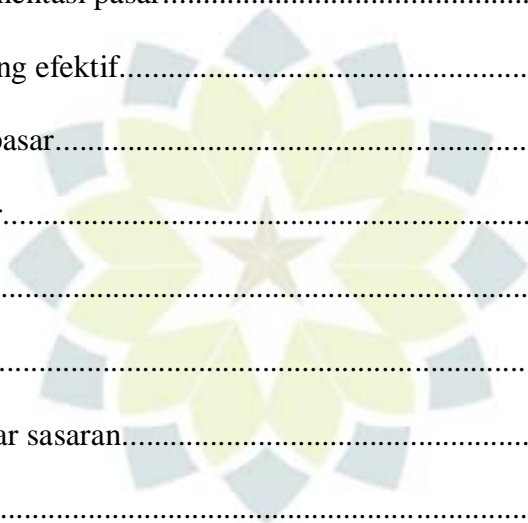


DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 6 |
| Masalah | 8 |
| C. Rumusan | |
| D. Tujuan Penelitian | 8 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| F. Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| G. Hipotesis..... | 19 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Manajemen | 20 |
| 1. Pengertian Manajemen..... | 20 |
| 2. Fungsi Manajemen..... | 21 |
| B. Manajemen Pemasaran..... | 22 |
| 1. Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 22 |
| 2. Fungsi Manajemen Pemasaran..... | 24 |
| C. Pengertian Strategi Pemasaran..... | 25 |

| | |
|---|----|
| 1. Konsep kegiatan pemasaran..... | 27 |
| 2. Macam-macam strategi pemasaran..... | 29 |
| 3. Pemasaran jasa..... | 30 |
| D. Segmentasi Pasar..... | 32 |
| 1. Pemilihan segmentasi pasar..... | 34 |
| 2. Tujuan Melakukan segmentasi pasar..... | 36 |
| 3. Kriteria segmentasi yang efektif..... | 38 |
| 4. Mengevaluasi segmen pasar..... | 39 |
| 5. Target segmentasi pasar..... | 40 |
| E. Target pasar..... | 42 |
| 1. Pengertian Target pasar..... | 42 |
| 2. Langkah penetapan pasar sasaran..... | 44 |
| F. Posisi pasar..... | 45 |
| 1. Pengertian Posisi pasar..... | 45 |
| 2. Bentuk strategi positioning..... | 45 |
| G. Kepuasan konsumen..... | 47 |
| 1. Metode pengukuran kepuasan konsumen..... | 49 |
| 2. Peranan konsumen..... | 50 |
| 3. Tipe konsumen..... | 51 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Metodologi Penelitian..... | 52 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 53 |
| 1. Populasi..... | 53 |



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

| | |
|--|----|
| 2. Sampel..... | 53 |
| C. Sumber data..... | 54 |
| D. Variabel Penelitian..... | 55 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 56 |
| F. Analisis Data..... | 57 |
| 1. Uji validitas..... | 59 |
| 2. Uji reliabilitas..... | 59 |
| 3. Analisis regresi berganda..... | 60 |
| 4. Uji t | 61 |
| 5. Uji F..... | 62 |
| 6. Koefisien Determinasi..... | 63 |
| G. Jadwal dan Tempat Penelitian..... | 64 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran umum perusahaan..... | 65 |
| B. Hasil penelitian..... | 68 |
| 1. Hasil uji validitas..... | 68 |
| 2. Hasil uji reliabilitas..... | 70 |
| 3. Statistik deskriptif..... | 72 |
| 4. Hasil pengujian hipotesis..... | 76 |
| 5. Hasil uji F simultan..... | 78 |
| 6. Uji koefisien determinasi..... | 79 |
| C. Pembahasan hasil penelitian..... | 80 |
| 1. Pengaruh segmentasi pasar terhadap kepuasan konsumen..... | 80 |

| | |
|--|----|
| 2. Pengaruh target pasar terhadap kepuasan konsumen..... | 82 |
| 3. Pengaruh posisi pasar terhadap kepuasan konsumen..... | 84 |
| 4. Pengaruh stp terhadap kepuasan konsumen..... | 86 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 87 |
| B. Saran..... | 88 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 90 |
|----------------------------|-----------|

LAMPIRAN - LAMPIRAN





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG