

DAFTAR ISI

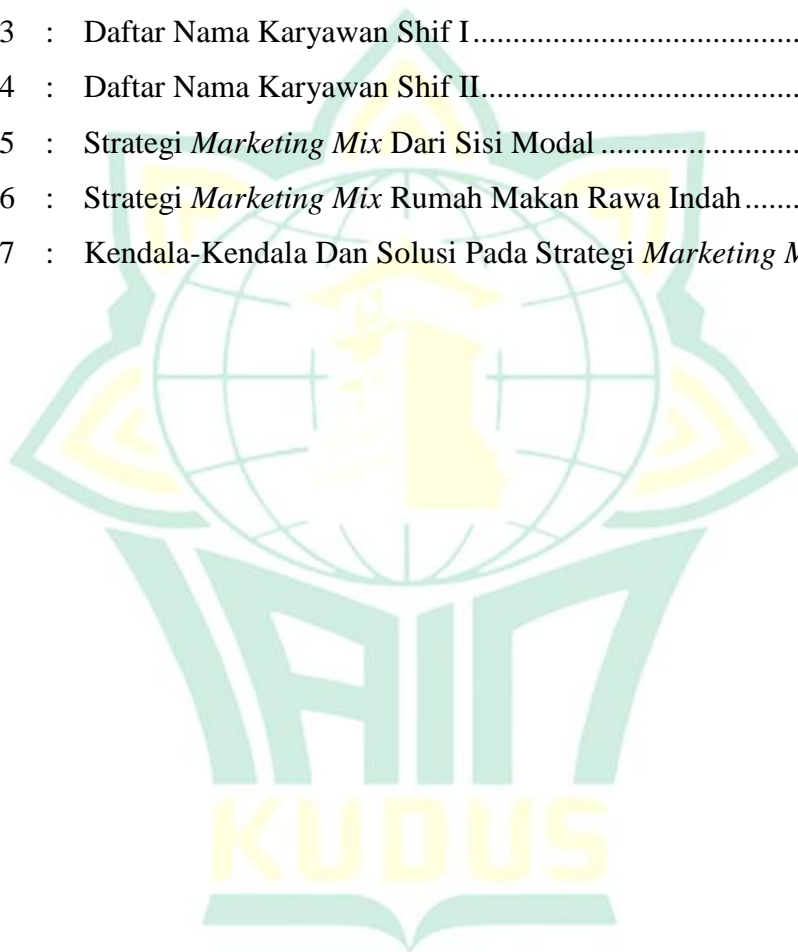
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	11
1. Pengertian Pemasaran	11
2. Manajemen dan Konsep Pemasaran	11
a. Manajemen Pemasaran	11
b. Konsep Pemasaran	12
3. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	13
a. <i>Segmentation</i>	13
b. <i>Targeting</i>	14
c. <i>Positioning</i>	14

B. Strategi Pemasaran	15
1. Definisi Strategi Pemasaran.....	15
2. Macam-macam Strategi Pemasaran.....	15
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
C. <i>Marketing Syariah</i>	20
1. Pengertian <i>Marketing Syariah</i>	20
2. Karakteristik <i>Marketing</i> dan Prinsip-prinsip Pemasar <i>Syariah</i>	21
3. Perkembangan <i>Marketing</i> Menuju <i>Marketing Syariah</i>	23
D. Konsumen	25
1. Pengertian Konsumen.....	25
2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	25
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	26
4. Proses Keputusan Pembelian.....	27
5. Kepuasan Pelanggan.....	29
E. Penelitian Terdahulu	29
F. Kerangka Berpikir.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Sumber Data	36
C. Lokasi Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Uji Keabsahan Data.....	39
F. Analisis Data	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Profil Rumah Makan Rawa Indah Payaman	43
2. Sejarah Awal Berdirinya Rumah Makan Rawa Indah	43

3. Visi, Misi, dan Tujuan Rumah Makan Rawa Indah.....	44
4. Letak Geografis	45
5. Jenis Produk dan Daftar Harga Rumah Makan Rawa Indah	45
6. Manajemen dan Struktural	46
7. Manajemen Pemasaran.....	49
8. Manajemen Produksi.....	50
9. Manajemen Personalia	51
B. Deskripsi Data, Analisis dan Pembahasan	52
1. Analisis Data Tentang Strategi <i>Marketing Mix</i> Bisnis Rumah Makan Rawa Indah Payaman Dalam Permasalahan Jumlah Konsumen.....	52
2. Analisis Data Tentang Kendala dan Solusi Pada Strategi <i>Marketing Mix</i> Bisnis Rumah Makan Rawa Indah Payaman dalam Permasalahan Jumlah Konsumen	66
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran-saran	72
C. Penutup.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Grafik Jumlah Konsumen Periode Tahun 2015 s/d Tahun 2017	4
Tabel 4.1 : Menu Makanan	45
Tabel 4.2 : Menu Minuman	46
Tabel 4.3 : Daftar Nama Karyawan Shif I.....	48
Tabel 4.4 : Daftar Nama Karyawan Shif II.....	48
Tabel 4.5 : Strategi <i>Marketing Mix</i> Dari Sisi Modal	52
Tabel 4.6 : Strategi <i>Marketing Mix</i> Rumah Makan Rawa Indah	53
Tabel 4.7 : Kendala-Kendala Dan Solusi Pada Strategi <i>Marketing Mix</i>	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Empat Bauran Pemasaran	20
Gambar 2.2	: Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi	47
Gambar 4.2	: Proses Produksi.....	50

