

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus penelitian	18
1.3 Rumusan masalah	18
1.4 Tujuan penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Manfaat Teoritis	19
1.5.2 Manfaat Praktis	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	21
2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 Teori ilmu manajemen(Grand Theory).....	21
2.1.2 Bidang Kajian Manajemen Pemasaran (Middle Theory).....	28
2.1.3 Strategi Pemasaran (Applied Theory).....	43
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	59
2.2 Kerangka Pemikiran.....	70
2.2.1 Hubungan Strategi Pemasaran dengan Kesenjangan penjualan	70

BAB III METODE PENELITIAN.....	73
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	73
3.2 Desain Penelitian.....	74
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Parameter.....	76
3.3.1 Definisi Parameter.....	76
3.3.2 Operasionalisasi Parameter.....	76
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	89
3.4.1 Jenis dan Sumber data.....	89
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	91
3.5 Teknik Analisis Data.....	92
3.6 Tempat dan Waktu penelitian.....	94
3.6.1 Tempat penelitian.....	94
3.6.2 Waktu Penelitian.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	95
4.1 Hasil Penelitian.....	95
4.1.1 Gambaran Umum PT. Amira Heksa Internasional.....	95
4.1.2 Produk Queen Secret Coffee.....	102
4.1.3 Deskripsi Parameter Yang Diteliti.....	104
4.2 Pembahasan.....	131
4.2.1 Strategi Pemasaran pada produk Queen Secret Coffee.....	131
4.2.2 Analisis Kesenjangan Penjualan produk Queen Secret Coffee.....	138
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	153
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN.....	162