

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Diagram	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Fokus Penelitian	14
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian.....	15
F. Penegasan Istilah	16
G. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	21
2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	23
B. Kepuasan Pelanggan	37
1. Konsep Kepuasan Pelanggan	37
2. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	45
3. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan.....	47
4. Faktor-Faktor Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan	48
C. Analisis SWOT	49
1. Pengertian Analisis SWOT	49
2. Analisis Matrik IFAS dan EFAS.....	53
3. Matrik SWOT.....	56
D. Penelitian Terdahulu	60
E. Kerangka Berpikir	63

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	65
1. Jenis Penelitian.....	65
2. Pendekatan Penelitian	67
B. Kehadiran Peneliti	68
C. Lokasi Penelitian	69
D. Sumber Data.....	70
E. Teknik Pengumpulan Data	71
F. Teknik Analisis Data	73
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	76
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	78

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
1. Sejarah Pandowo Coffee House	80
2. Visi dan Misi Pandowo Coffee House	80
3. Struktur Organisasi	82
B. Pemaparan Data.....	83
1. Pemaparan Tentang Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House.....	83
2. Pemaparan Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House.....	90
C. Temuan Penelitian.....	97
1. Analisis Tentang Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House	97
2. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House	100
3. Analisis SWOT Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House	100

BAB V : PEMBAHASAN

A. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House	121
B. Faktor Penghambat Dan Pendukung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House.....	130
C. Analisis SWOT Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House.....	134

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	139
B. Saran.....	142

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN