

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
PERSETUJUAN BIMBINGAN .....	iii
PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	17
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Identifikasi Dan Batasan Penelitian.....	9
F. Definisi Istilah.....	10
G. Sitematika Pembahasan .....	12

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Kajian Teoritis .....	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	14
2. Konsep Strategi Pemasaran .....	21

3. Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ).....	23
4. Pengertian Daya Tarik.....	28
5. Pelanggan (Konsumen).....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Berfikir.....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Kehadiran Peneliti .....	39
D. Data dan Sumber Data .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	43
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Objek Penelitian.....	47
1. Sejarah Berdirinya Cafe Blumm .....	47
2. Struktur Organisasi .....	48
3. Lokasi Cafe Blumm.....	49
4. Visi dan Misi Cafe Blumm.....	49
B. Temuan Penelitian.....	50
1. Paparan Tentang Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan. ....	50
2. Paparan Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.....	57

C. Analisis Data .....	62
1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan. ....	62
2. Analisis Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.....	64

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.....	68
B. Pembahasan Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan. ....	73

## **BAB VI PENUTUP**

A.Kesimpulan.....	77
B.Saran .....	78

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**