

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pengesahan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Surat Pernyataan Kesiediaan Publikasi	vi
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Penegasan Istilah	6
G. Sistematika Penulisan Skripsi	8

BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Komponen Strategi Pemasaran.....	14
B. Analisis Pasar dan Persaingan.....	22
1. Analisis Pasar	22
2. Metode Analisis Pasar dan Persaingan.....	23
C. Soto Branggahan sebagai Produk Kuliner Khas	29
D. Segmentasi Pasar dan Penentuan Pasar	32
E. Positioning dan Diferensiasi Produk.....	35
F. Bauran Pemasaran.....	39
G. Inovasi dan Penggunaan Teknologi dalam Pemasaran.....	46
H. Penelitian Terdahulu	54
BAB III: METODE PENELITIAN.....	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	57
C. Kehadiran Peneliti	58
D. Data dan Sumber Data.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data	59
F. Instrumen Penelitian	61
G. Teknik Analisis Data	63
H. Pemilihan Responden.....	65
I. Tehnik Pemilihan Sampel	65

J. Pengecekan Keabsahan Temuan	67
K. Tahap-tahap Penelitian	68
BAB IV: HASIL PENELITIAN	70
A. Deskripsi Objek Penelitian	70
1. Deskripsi Soto Branggahan	70
2. Karakteristik Bisnis Soto Branggahan.....	72
3. Strategi Pemasaran yang Diinvestasikan.....	73
4. Target Pasar	74
5. Hasil Strategi Pemasaran	75
6. Tantangan dan Peluang.....	76
7. Perubahan Strategi.....	77
B. Analisis Data.....	78
1. Profil Responden Penjual Soto Branggahan.....	78
2. Pelaksanaan strategi pemasaran yang telah di lakukan oleh para penjual Soto Branggahan apakah sudah efektif atau perlu melakukan perubahan	80
3. Tinjauan sasaran pemasaran yang telah di tetapkan dan strategi yang digunakan untuk mencapainya. Apakah dari sasaran tersebut sudah tercapai.....	82
4. Analisis apakah bisnis telah menentukan target pasar yang jelas dan bagaimana mereka mencapai target pasar tersebut. Apakah ada peluang untuk memperluas pemilihan target pasar.....	83

5. Efektifitas penggunaan media sosial dalam mempromosikan bisnis Soto Branggahan. Adakah platform yang telah digunakan	85
6. Pengukuran kinerja pemasaran dalam metrik yang digunakan sebagai mengukur keberhasilan strategi pemasaran usaha Soto Branggahan. Apakah memiliki dampak dalam kinerja dalam strategi pemasarannya	87
7. Identifikasi dan analisis tantangan utama yang di hadapi dalam pemasaran Soto Branggahan. Pertimbangkan solusi atau strategi untuk mengatasi tantangan tersebut.....	89
8. Evaluasi apakah bisnis telah melakukan perubahan strategi pemasaran sebagai respon terhadap persaingan. Apakah dengan adanya perubahan tersebut memberikan manfaat atau penyesuaian lebih lanjut.....	91
BAB V: PEMBAHASAN.....	94
A. Penerapan Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Penjual Soto Branggahan Dalam Menghadapi Persaingan.....	94
B. Tantangan Yang Dihadapi Penjual Soto Branggahan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis	97
BAB VI: PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113