

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	16
2.3 Teh.....	17
2.3.1 Sejarah Singkat Mengenai Teh	17
2.3.2 Deskripsi Tanaman Teh (Camellia Sinensis).....	19
2.3.3 Jenis Teh Berdasarkan Pengolahannya.....	20
2.3.4 Teh Hijau Beserta Keunggulannya	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metodologi Penelitian	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2.1 Waktu Penelitian.....	28
3.2.2 Tempat Penelitian	28
3.3 Variabel dan Pengukurannya	28

3.3.1	Variabel.....	28
3.4	Populasi dan Sampling.....	29
3.4.1	Populasi.....	29
3.4.2	Sampel	29
3.5	Instrumen Penelitian.....	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1	Wawancara Terstruktur	36
3.7	Metode Analisis Data.....	37
3.7.1	Reduksi Data.....	39
3.7.2	Penyajian Data	39
3.7.3	Penarikan Kesimpulan	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2.	Profil Informan.....	42
4.2.1	David Widjaja.....	42
4.2.2	Dikki Z. Choesrani.....	42
4.2.3	Safira Liana Martin.....	43
4.2.4	Lenny Martin	43
4.3.	Hasil dan Pembahasan.....	44
4.3.1	Hasil Wawancara Pertanyaan Umum	44
4.3.2	Hasil Wawancara Terkait Bauran Pemasaran.....	49
4.3.3	Diskusi / Pembahasan	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1.	Kesimpulan	74
5.2.	Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	78
	LAMPIRAN	83