DAFTAR ISI

INTISARI ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan Praktik Kerja 5

1.4 Kegunaan Laporan Tugas Akhir 6

1.5 Metodologi Praktik Kerja 7

1.6 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran 8

2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 8

2.1.2 Tujuan Pemasaran 10

2.1.3 Konsep Pemasaran 12

2.1.4 Strategi Pemasaran 14

2.1.5 Tren dalam Pemasaran 29

2.1.6 Keunggulan Pemasaran 29
2.1.7 Tantangan Utama dalam Pemasaran 30
2.2 Riset Pemasaran 33
2.2.1 Pengertian Riset Pemasaran 33
2.2.2 Klasifikasi Riset Pemasaran 34
2.2.3 Proses Riset Pemasaran 35
2.3 Pemasaran Jasa 35
2.3.1 Pengertian Jasa 35
2.3.2 Karakteristik Jasa 36
2.3.3 Klasifikasi Jasa 38
2.3.4 Bauran Pemasaran Jasa 39
2.3.5 Strategi Pemasaran Jasa 41
2.4 Pelayanan Pelanggan dan Nilai Pelanggan 43
2.4.1 Pelayanan Pelanggan 43
2.4.2 Nilai Pelanggan 45
2.4.3 Faktor-faktor yang Diperhatikan dalam Pelayanan Pelanggan 46
2.5 Kepuasan Pelanggan 47
2.5.1 Kepuasan Pelanggan 47
2.5.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan 48
BAB III OBJEK DAN METODE TUGAS AKHIR
3.1 The Jarrdin Bandung (PT. Kagum Karya Husada) 50
3.1.1 Sejarah PT. Kagum Karya Husada 50

3.1.2 Visi, Misi dan Kunci Sukses Perusahaan 51
3.1.3 Deskripsi Perusahaan 52
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan 54
3.2.1 Bentuk Organisasi Perusahaan 54
3.2.2 Deskripsi Jabatan 57
3.3 Bidang Usaha 61
3.4 Fasilitas yang Ditawarkan Oleh The Jarrdin Bandung 62
3.5 Luas Pasar yang Dilayani 66
3.6 Metode Praktik Kerja 66
BAB IV ANALISA
4.1 Pelaksanaan Bauran Strategi Pemasaran Jasa yang dilakukan oleh The Jarrdin Bandung 68
4.2 Permasalahan yang Dihadapi oleh The Jarrdin Bandung 94
4.3 Menghadapi masalah yang Dihadapi oleh The Jarrdin Bandung 96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 101
5.2 Saran 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran surat survey
2. Lampiran surat keterangan kerja praktik
3. Lampiran surat keterangan lulus TOEFL
4. Lampiran surat keterangan kuliah umum
5. Lampiran kartu bimbingan Laporan Tugas Akhir
6. Lampiran struktur Organisasi The Jarrdin Bandung
7. Lampiran brosur The Jarrdin Bandung
8. Lampiran harga The Jarrdin bandung tahap 1 s/d tahap 6
9. Lampiran lokasi The Jarrdin Bandung
10. Lampiran macket The Jarrdin Bandung
11. Lampiran surat izin mendirikan bangunan (IMB) The Jarrdin Bandung
12. Lampiran tipe Unit The Jarrdin Bandung
13. Lampiran fasilitas-fasilitas The Jarrdin Bandung
14. Lampiran *Site Plan* The Jarrdin Bandung
15. Lampiran data penjualan The Jarrdin periode November 2011 sampai Januari 2012

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The Core Concept of Marketing

Gambar 2.2 Penentu-penentu Nilai yang Diberikan Pelanggan

Gambar 4.3 Sistem Dalam Marketing

Gambar 4.4 Stock Unit The Jarrdin Bandung

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Provinsi dengan Penduduk Terbesar

Tabel 2.2 Tugas Utama Pemasar

Tabel 3.3 Outlet Retail Fashion Kagum Group

Tabel 3.4 Outlet Hotel Kagum Group

Tabel 3.5 Next Project Outlet Hotel Kagum Group

Tabel 3.6 Outlet Rusunami Kagum Group