DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi masalah 5
1.3 Tujuan penelitian 5
1.4 Kegunaan penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 7
2.1.1 Pengertian Pemasaran 8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 8
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran 8
2.3 Jasa 10
2.3.1 Pengertian Jasa 10
2.3.2 Karakteristik Jasa 11
2.3.3 Klasifikasi Jasa 12
2.3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa 15
2.4 Kualitas Jasa 16
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa 16
2.4.2 Model Kualitas Jasa 16
2.5 Hambatan-hambatan dalam Penyampain Jasa 19

2.6 Solusi Yang Diberikan Dalam Menghadapi Masalah Yang Terjadi Di Bidang Jasa Bengkel 21

BAB III OBJEK DAN METODE OBSERVASI

3.1 Objek Observasi 23
3.1.1 Sejarah Perusahaan 24
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 25
3.1.3 Kegiatan Perusahaan 25
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 25
3.1.5 Uraian Jabatan 26
3.2 Metode Penelitian 27
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data 27
3.2.2 Jenis dan Sumber Data 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Kualitas Jasa *Service* Pada Nissan Veteran Bandung ... 29
4.1.1 Pelayanan Bengkel 30
4.1.2 Informasi Fasilitas di Nissan Veteran 31
4.1.3 Proses Pembayaran 32
4.1.4 Pelayanan Keluhan Konsumen 32
4.2 Hambatan-hambatan yang dihadapi NISSAN Veteran Bandung dalam pelaksanaan kualitas jasa *service* 34
4.3 Solusi yang Dilakukan NISSAN Veteran Bandung dalam Pelaksanaan Kualitas Jasa *Service* 35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 36
5.2 Saran 37

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN