

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan masalah.....	5
C. Tujuan dan manfaat penulisan	5
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENULISAN	
A. Kajian teoritis	
1. Pengertian Bimbingan Belajar	7
2. Strategi Pemasaran	9
3. Langkah-Langkah Menyusun Strategi Pemasaran	14
4. Implementasi Bauran Pemasaran	15
5. Customer <i>Value</i> sebagai Sumber Keunggulan Bersaing	17
6. Pengertian bauran pemasaran	19
B. Kerangka Berpikir	29
C. Metode Penulisan	30
1. Tempat dan Waktu	30
2. Metode	30
a. Studi Pustaka	31
b. Studi Lapangan.....	31
BAB III PEMBAHASAN	
A. Sejarah Primagama	32
B. Faktor – faktor yang dipertimbangkan dalam menjalankan strategi pemasaran pada Primagama cabang mutiara gading timur.....	34
1. Tenaga Pengajar	34
2. Peserta didik	34
3. Tempat	34
4. Harga, dan Tawaran pesaing	35
C. Analisis SWOT	35
1. Kekuatan (<i>Strength</i>)	36

2. Kelemahan(<i>weakness</i>)	37
3. Peluang (<i>Opportunity</i>)	38
4. Ancaman (<i>Threat</i>).....	38
D. Strategi yang tepat untuk lembaga bimbingan belajar Primagama Bekasi Timur.....	43
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	45
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Matrix SWOT.....	26
Tabel III.1 program – program unggulan.....	36
Tabel III.2 harga bimbingan selama 1 tahun	37
Tabel III.3 Matrix SWOT.....	38

DAFTAR GAMBAR

II.1 4P Bauran Pemasaran	20
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Cerita sukses dan testimony	47
Penghargaan	50
Kartu konsultasi	51
Brosur.....	52