

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan masalah.....	5
C. Tujuan dan manfaat penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENULISAN	
A. Kajian teoritis	
1. Definisi Pemasaran	7
2. Definisi jasa	8
3. Karakteristik Jasa	9
4. Strategi Pemasaran.....	10
5. Faktor-faktor Strategi Pemasaran	14
6. Pemasaran Jasa.....	16
7. Strategi Pemasaran Jasa	17
8. Pengertian Bauran Pemasaran.....	19
9. Pengertian Bimbingan Belajar.....	24
10. Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)..	26
B. Kerangka Berpikir	31
C. Metode Penulisan	32
1. Tempat dan Waktu	32
2. Metode	31
a. Studi Pustaka	32
b. Studi Lapangan.....	32
BAB III PEMBAHASAN	
A. Sejarah Ganesha Operation.....	34
B. Faktor – faktor yang dipertimbangkan dalam menjalankan strategi pemasaran pada Ganesha Operation cabang Ciledug Raya.	36
1. Peserta Didik	36

2. Tenaga Pengajar	37
3. Harga, dan Tawaran pesaing	37
4. Tempat	37
C. Analisis SWOT	43
1. Kekuatan (<i>Strength</i>)	44
2. Kelemahan(<i>weakness</i>)	44
3. Peluang (<i>Opportunity</i>)	45
4. Ancaman (<i>Threat</i>).....	46

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	49
B. Saran	50

DAFTAR PUSTAKA 51

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Matrix SWOT.....	29
Tabel III.1 Harga Bimbingan Belajar Ganesha Operation Selama 1 Tahun	40
Tabel III.2 harga Bimbingan Primagama Selama 1 Tahun.....	45
Tabel III.3 Matrix SWOT.....	46

DAFTAR GAMBAR

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

DAFTAR LAMPIRAN

Kartu konsultasi	53
Penghargaan	54
Cerita Sukses dan testimoni.....	55