

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11

2.2	Pengertian Pemasaran.....	13
2.3	Manajemen Pemasaran.....	14
2.4	Konsep Pemasaran.....	15
2.5	Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
2.6	Proses Keputusan Konsumen.....	17
2.6.1	Tahap-tahap keputusan pembelian konsumen.....	17
2.6.2	Tingkat keterlibatan dalam pembelian.....	19
2.7	Kepuasan Konsumen.....	19
2.7.1	Pengertian kepuasan konsumen.....	20
2.7.2	Pentingnya kepuasan konsumen.....	21
2.8	Produk Jasa.....	23
2.9	Karakteristik Jasa.....	23
2.10	Macam Jasa.....	24
2.10.1	Personalized service.....	24
2.10.2	Financial service.....	24
2.10.3	Public utility and transportation service.....	24
2.10.4	Entertainment (showbiz).....	24
2.10.5	Hotel service.....	25
2.11	Macam Jalur Musik.....	25
2.11.1	Indie label.....	25
2.11.2	Major label.....	25
2.12	Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

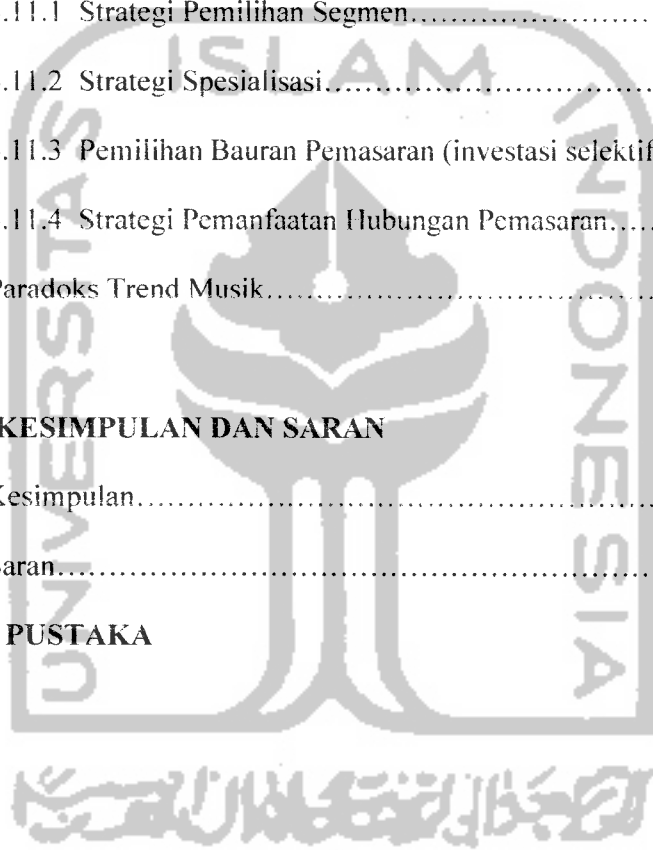
3.1 Lokasi/tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Subyek Penelitian.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Bentuk Data.....	28
3.4.1 Data Umum.....	28
3.4.2 Data Khusus.....	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1 Populasi.....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Teknik Analisa Data.....	30
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.6.2 Analisis SWOT.....	30

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Sejarah Perkembangan Revenue Band.....	42
4.2 Visi dan Misi.....	44
4.3 Deskripsi Bisnis.....	44
4.3.1 Brand / identitas.....	44
4.3.2 Konsep musik/genre.....	45
4.3.3 Deskripsi produk.....	45
4.4 Analisis pasar.....	45
4.4.1 Pangsa pasar (industri musik).....	46

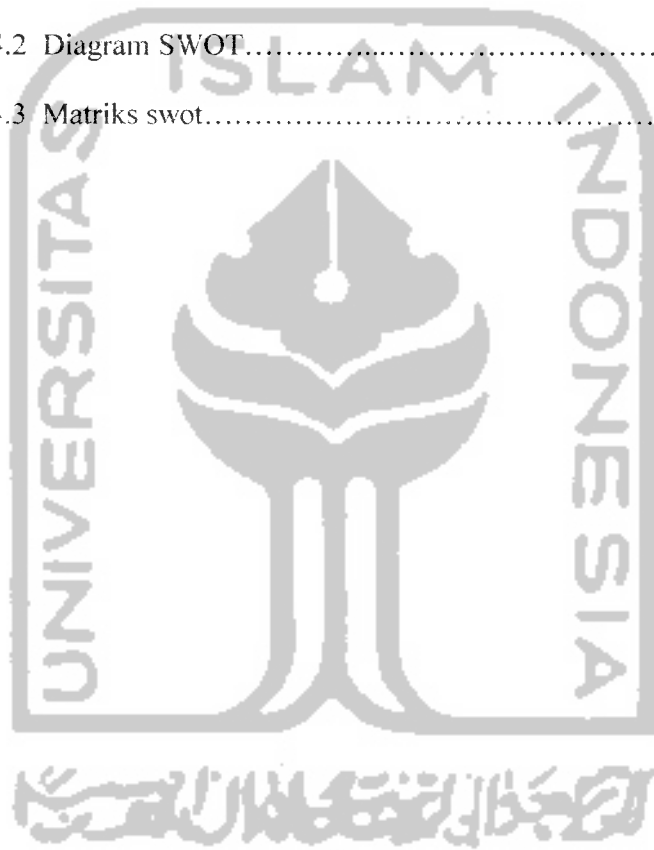
4.4.2	Persaingan usaha (band lama dan pendatang baru).....	47
4.4.3	Perubahan trend musik.....	48
4.4.4	Strategi harga produk.....	50
4.4.5	Record label.....	50
4.4.6	Strategi promosi.....	51
4.4.7	Strategi Pemasaran.....	51
4.4.8	Strategi pengendalian mutu.....	52
4.5	Analisis Aspek Organisasi/Manajemen.....	52
4.5.1	Struktur organisasi.....	53
4.5.2	Job deskription.....	53
4.6	Identifikasi dan Analisis Variabel Revenue Band.....	54
4.6.1	Indikator Variabel Eksternal dan Internal Revenue Band.....	54
4.6.2	Analisis Variabel Eksternal dan Internal Revenue Band.....	55
4.6.2.1	Analisis Variabel Eksternal Revenue Band.....	55
4.6.2.2	Analisis Variabel Internal Revenue Band.....	59
4.7	Penilaian Variabel Eksternal dan Internal Revenue Band.....	63
4.7.1	Penilaian Variabel Internal Revenue Band.....	63
4.7.2	Pembobotan Variabel Internal Revenue Band.....	64
4.7.3	Penilaian Variabel Eksternal Revenue Band.....	65
4.7.4	Pembobotan Variabel Eksternal Revenue Band.....	66
4.7.5	Evaluasi Variabel Internal dan Eksternal Revenue Band.....	68
4.8	Hasil Evaluasi Variabel Internal dan Eksternal Revenue Band.....	69
4.8.1	Hasil Evaluasi Variabel Internal.....	69

4.8.2 Hasil Evaluasi Variabel Eksternal.....	72
4.9 Penentuan Posisi Revenue Band.....	76
4.10 Perumusan dan Implikasi Strategis.....	77
4.10.1 Perumusan Strategis.....	77
4.10.2 Implikasi Strategis.....	79
4.11 Implikasi Pada Strategi Pemasaran.....	82
4.11.1 Strategi Pemilihan Segmen.....	82
4.11.2 Strategi Spesialisasi.....	83
4.11.3 Pemilihan Bauran Pemasaran (investasi selektif Ma-Mix).....	84
4.11.4 Strategi Pemanfaatan Hubungan Pemasaran.....	84
4.12 Paradoks Trend Musik.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Empat Tipe Tingkah Laku Membeli.....	19
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	38
Gambar 3.2 Matriks SWOT.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	53
Gambar 4.2 Diagram SWOT.....	76
Gambar 4.3 Matriks swot.....	79



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Penilaian Indikator Variabel Internal.....	32
Tabel 3.2 Tabel Penilaian Indikator Variabel Eksternal.....	33
Tabel 3.3 Tabel Pembobotan Variabel Internal dan Eksternal.....	33
Tabel 3.4 Tabel IFAS.....	35
Tabel 3.5 Tabel EFAS.....	37
Tabel 4.1 Indikator Variabel Eksternal dan Internal.....	54
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Internal (Kekuatan).....	64
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Internal (Kelemahan).....	64
Tabel 4.4 Bobot Variabel Internal (Kekuatan).....	65
Tabel 4.5 Bobot Variabel Internal (Kelemahan).....	65
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Eksternal (Peluang).....	66
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Eksternal (Ancaman).....	66
Tabel 4.8 Bobot Variabel Eksternal (Peluang).....	67
Tabel 4.9 Bobot Variabel Eksternal (Ancaman).....	67
Tabel 4.10 Tabel IFAS.....	68
Tabel 4.11 Tabel EFAS.....	69