

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTACT	ii
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Indentifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Tujuan Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Strategi	10
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	12
2.1.3 Pengertian Diferensiasi	15
2.1.4 Dimensi Diferensiasi	16
2.1.5 Penertian Tabungan	16
2.1.6 Syarat-Syarat dan Aspek Diferensiasi	17
2.1.7 Cara membangun diferensiasi	18
2.1.8 Keunggulan dan kelebihan diferensiasi	21
2.2 Pendekatan Masalah	22
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	23

3.1.2	Visi dan Misi	25
3.1.3	Produk – Produk	26
3.1.4	Job Description	30
3.1.5	Statemant Perusahaan	34
3.2	Metode Penelitian	41
3.2.1	Jenis dan Sumber Data	41
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	42
3.2.3	Teknik Analisa Data	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
1.1	Hasil Penelitian	44
1.2	Pembahasan	59
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		