

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Batasan Masalah	16
1.5. Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Kedelai	18
2.2. Susu Kedelai	19
2.3. Perilaku Konsumen	20
2.4. Preferensi Konsumen	22
2.5. Bauran Komunikasi Pemasaran	23
2.6. Analisis Konjoin	27
2.7. Teknik Pengambilan Sampel	34
2.8. Uji Validitas	36
2.9. Uji Reliabilitas	37
2.10. Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Objek Penelitian	40
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	40

3.3.	Data yang Diperlukan.....	40
3.3.1.	Data Primer	40
3.3.2.	Data Sekunder	40
3.3.3.	Pengumpulan Data Primer	41
3.3.4.	Pengumpulan Data Sekunder	42
3.4.	Populasi dan Sampel	42
3.5.	Tahapan Penelitian	44
3.6.	Penjelasan Diagram Alir Penelitian	45
BAB IV PEMBAHASAN.....		52
4.1.	Survei dan Penyebaran Kuesioner.....	52
4.2.	Merek yang Paling Banyak Diketahui Responden.....	53
4.3.	Pengujian Data	58
4.3.1.	Uji Validitas	59
4.3.2.	Uji Reliabilitas	60
4.4.	Profil Responden	61
4.4.1.	Profil Responden Mahasiswa.....	68
4.4.2.	Profil Responden Pekerja.....	69
4.5.	Penyusunan Bauran Komunikasi Pemasaran dengan Analisis Konjoin	70
4.5.1.	Pemilihan Atribut dan Level	71
4.5.2.	Penyusunan Kombinasi Atribut dan Level (Stimuli).....	74
4.5.3.	Penilaian Kombinasi Atribut dan Level.....	75
4.6.	Analisis Data dengan Konjoin.....	77
4.6.1.	Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan Keseluruhan	78
4.6.2.	Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan Mahasiswa.....	85
4.6.3.	Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan Pekerja.....	89
4.7.	Pembahasan Hasil Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
5.1.	Kesimpulan.....	110
5.2.	Saran	110
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN.....		115