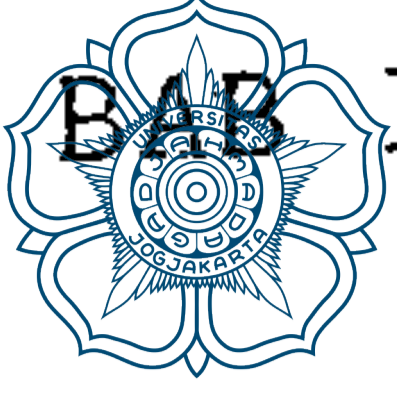
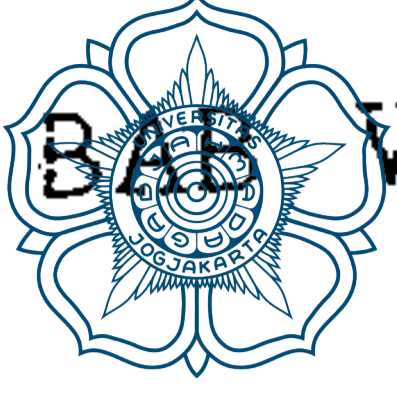




HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
INTISARI.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pokok Permasalahan.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pemasaran.....	8
2. Manajemen Pemasaran.....	11
B. Perencanaan Strategis.....	13
1. Strategi Perusahaan.....	13
2. Perencanaan Strategi Pemasaran.....	16
3. Strategi Pemasaran.....	19
C. Analisis Perilaku Konsumen.....	21
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22
2. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen.....	28
D. Penempatan Produk ( <i>Positioning Product</i> ).....	29



B. Langkah-langkah Penelitian	32
C. Penentuan Sampel	35
D. Teknik Pembuatan Kuesioner	37
E. Hipotesis Penelitian	38
F. Data yang Dibutuhkan	38
G. Metode Analisis	39
BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	49
A. Karakteristik Konsumen Responden	51
B. Pola Konsumsi Makanan Selingan Konsumen Responden	56
C. Kesahihan Dan Keandalan Data	61
D. Interdependensi antar Variabel	63
1. Status dan Pemilihan Biskuit	64
2. Pendapatan dan Pemilihan Biskuit	65
3. Status dan Pola Konsumsi	67
4. Pendapatan dan Pola Konsumsi	67
E. Indeks Sikap Konsumen	68
1. <i>Crispy Crackers</i>	69
2. <i>Saltcheese Crackers</i>	72
3. <i>Savory Crackers</i>	75
F. Posisi Produk	77
G. Strategi Pemasaran	85
1. Strategi Segmentasi dan Pangsa Pasar	86
a. Strategi Pemimpin Pasar ( <i>Market Leader</i> )	86
b. Strategi Penantang Pasar ( <i>Market Challenger</i> )	88
2. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )	91
a. Strategi Produk ( <i>Product</i> )	92
b. Strategi Harga ( <i>Price</i> )	95
c. Strategi Distribusi ( <i>Place</i> )	97
d. Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> )	99



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**BAB VII . PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN BISKUIT CRACKER BERDASARKAN ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN, DAN POSISI PRODUK DI YOGYAKARTA**

INDRAWAN B., Ir. Dyah Ismoyowati, M. Sc.; Ir. Soemangat, M. Sc.

Universitas Gadjah Mada, 1997. | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

102

104

DAFTAR PUSTAKA.....106

LAMPIRAN