



	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Mutiara Hikmah.....	iv
Terima Kasih.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstraksi.....	xii
I. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
II. Tinjauan Pustaka	5
A. Signifikansi Penelitian.....	5
B. Mie Instant.....	7
C. Atribut Produk	13
D. Strata dan Sikap Konsumen	18
E. Pemasaran dan Riset Pemasaran	20
F. Penelitian Sosial	25
III. Metodologi Penelitian.....	37
A. Obyek Penelitian	37
B. Tahapan Penelitian	38
C. Penentuan Sampel	39
D. Teknik Pembuatan Kuesioner	42
E. Teknik Pengolahan Data	43
IV. Hasil dan Pembahasan.....	50
A. Karakteristik Responden.....	50
B. Pola Konsumsi Responden.....	53
C. Pengujian Kai Kuadrat.....	58
D. Validitas dan Reliabilitas.....	60
E. Perhitungan dengan AHP.....	61
F. Strategi Pemasaran.....	71



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PREFERENSI KONSUMEN DI KODYA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA TERHADAP ATRIBUT
PRODUK MIE INSTAN SEBAGAI
DASAR PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN**

JULIANTI CHANDRASARI, Dr. Ir. Suyitno, M. Eng; Dr. Ir. Moch. Maksum, M. Sc.

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

V. Kesimpulan dan Saran.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78

Daftar Pustaka

Lampiran