



HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Permasalahan	2
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Teh	6
B. Segmentasi Wanita.....	18
C. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	20
D. Pengembangan Strategi Pemasaran	28
E. Pengumpulan Data dan Uji Statistik	30
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Objek Penelitian.....	34
B. Tahapan Penelitian.....	34
C. Jenis Data	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Pengolahan dan Analisis Data.....	38
F. Diagram Alir Penelitian	41



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**ANALISIS PREFRENSI KONSUMEN TEH PADA SEGMENT WANITA SEBAGAI DASAR
PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN
MENGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

ATIKA DETTY KURNIAWATI, Dr. Ir. Supartono, Ibnu Wahid FA, STP., MT. Arief Wijaya, STP., MM., M. Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2005 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Data Kuesioner I dan Penyusunan Hirarki	44
B. Data Kuesioner II dan Konsistensi.....	47
C. Nilai Bobot Prioritas Faktor	48
D. Nilai Bobot Prioritas Sub Faktor	53
E. Nilai Bobot Prioritas Alternatif.....	58
F. Pengujian Statistik.....	61
G. Pengembangan Strategi Pemasaran	67
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. KESIMPULAN	82
B. SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	