



## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Batasan Masalah .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Teh Artisan .....	14
2.3 Siklus Hidup Produk .....	14
2.4 Strategi Pemasaran .....	15
2.5 Bauran Pemasaran .....	16
2.6 Perluasan Pasar .....	17
2.7 Pembelian Aktual .....	18
2.8 Segmentation, Targeting, Positioning .....	18
2.9 Analisis K-Modes Clustering .....	19
2.10 Analisis SEM-PLS .....	19
2.11 Hipotesis Penelitian .....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Objek dan Sasaran Penelitian .....	22
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	22
3.3 Jenis Data .....	23
3.4 Metode Pengambilan Data .....	23
3.4.1 Studi pustaka .....	23
3.4.2 Observasi .....	24
3.4.3 Wawancara .....	24
3.4.4 Penyebaran kuesioner .....	25
3.5 Variabel dan Indikator dalam Penelitian .....	26
3.6 Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
3.7 Teknik Sampling .....	30
3.8 Pengolahan Data .....	31
3.8.1 Uji validitas dan reliabilitas kuesioner .....	31
3.8.2 Analisis K-Modes Clustering .....	36



3.8.3	Analisis SEM-PLS .....	36
3.8.4	Penyusunan strategi pemasaran.....	36
3.9	Diagram Alir Penelitian.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Profil Industri Teh Artisan Dongan .....	40
4.2	Uji Content Validity Ratio (CVR).....	43
4.3	Analisis Kelompok Konsumen .....	44
4.3.1	Pengujian Data Kuesioner.....	44
4.3.2	Analisis K-Modes Clustering.....	46
4.3.3	Segmentasi, Konsumen Sasaran, Citra untuk Teh Artisan Dongan ...	63
4.4	Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran dan Karakteristik Kelompok Konsumen terhadap Pembelian Aktual .....	66
4.4.1	Analisis SEM-PLS .....	66
4.4.2	Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran dan Karakteristik Kelompok Konsumen terhadap Pembelian Aktual Produk Teh Artisan .....	89
4.5	Penyusunan Strategi Pemasaran untuk Perluasan Pasar Teh Artisan Dongan .....	92
4.5.1	Perluasan pasar produk .....	93
4.5.2	Strategi segmentasi, konsumen sasaran, dan citra Dongan.....	94
4.5.3	Strategi bauran pemasaran Dongan.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		116
5.1	Kesimpulan .....	116
5.2	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA .....		119
LAMPIRAN .....		124