

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR PERSAMAAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
2.1 Kakao .....	10
2.2 Produk Olahan Kakao .....	12
2.3 Pemasaran.....	16

2.4	Strategi pemasaran .....	17
2.5	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> .....	19
2.6	Bauran Pemasaran .....	21
2.7	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	24
2.8	Analisis SWOT .....	29
BAB III .....		33
3.1	Objek dan Waktu Penelitian .....	33
3.2	Metode Pegumpulan Data .....	33
3.4	Penentuan Jumlah Sampel .....	34
3.5	Tahapan Penelitian .....	36
BAB IV .....		44
4.1	Kondisi Perusahaan .....	44
4.1.1	Profil Perusahaan .....	44
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	45
4.1.3	Tujuan Perusahaan .....	46
4.1.4	Proses Produksi .....	47
4.1.5	Kapasitas Produksi .....	55
4.2	Analisis Biaya Produksi .....	55
4.3	Bauran Pemasaran .....	58
4.3.1	Produk ( <i>Product</i> ) .....	58
4.3.2	Harga ( <i>Price</i> ) .....	59
4.3.3	Lokasi/Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	59
4.3.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	61
4.3.5	Orang / Partisipan ( <i>People</i> ) .....	61
4.3.6	Proses ( <i>Process</i> ) .....	61

4.3.7	Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	62
4.4	Karakteristik Responden .....	62
4.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	67
4.6	Analisis Kesenjangan ( <i>Gap Analysis</i> ) .....	70
4.7	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	75
4.8	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> .....	87
4.9	Usulan Strategi Pemasaran berdasarkan Analisis SWOT .....	88
BAB V	.....	112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	.....	115
LAMPIRAN	.....	120