

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Intisari.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Bab I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
Bab II.. Landasan Teori	6
2.1 Konsep Pemasaran	6
2.2 Perilaku Konsumen	9
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.3.1 Segmentasi Pasar	15
2.3.2 Pasar Sasaran	21
2.3.3 Posisi Produk	23

2.4	Bauran Pemasaran	24
2.4.1	Produk	24
2.4.2	Harga	27
2.4.3	Distribusi	28
2.4.4	Promosi	29
2.5	4 C (<i>Consumer solution, Cost, Convenience, and Communication</i>).....	30
2.6	Strategi Perusahaan.....	31
2.6.1	Posisi Kompetitif Perusahaan	32
2.6.2	Strategi Bagi Perusahaan Dominan.....	35
Bab III	Metoda Penelitian.....	39
3.1	Data.....	39
3.2	Metoda Pengumpulan Data.....	39
3.3	Metoda Analisis.....	40
Bab IV.	Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	41
4.1	Produk	42
4.2	Promosi	46
4.2.1	Perjalanan Komunikasi Aqua	46
4.2.2	Biaya Promosi Aqua	51
4.3	Harga	51
4.4	Distribusi	57
4.5	Strategi Bisnis Aqua.....	62



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis produk, promosi, harga dan distribusi Aqua
BRAMAYADI, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Bab V.	Kesimpulan dan Saran.....	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	69
Daftar Pustaka		71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemasaran Massal dan Pemasaran Segmentasi	17
Tabel 2. Volume Share	41
Tabel 3. Harga Aqua ukuran 5 gallon vs Kompetitor	52
Tabel 4. Harga Produk Aqua vs Nestle Pure Life ukuran kemasan 330 ml, 600 ml, 1500 ml.....	55
Tabel 5. Penetrasi (Availability) Produk Tahun 2003-2004	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Market Size Industri Minuman Siap Minum Indonesia Tahun 2005...	2
Gambar 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku	10
Gambar 3. Langkah-langkah dalam Segmentasi Pasar, Penentuan Sasaran, dan Penentuan Posisi	15
Gambar 4. Variabel Segmentasi	19
Gambar 5. Tiga Tingkatan Produk	25
Gambar 6. Pola Daur Hidup Produk	26
Gambar 7. Tingkat Saluran Pemasaran	28
Gambar 8. Produk-produk Aqua	44
Gambar 9. Iklan Aqua di Koran dan Majalah Tahun 2005	50
Gambar 10. Iklan Aqua di Koran dan Majalah Tahun 2006	50
Gambar 11. Iklan Aqua di Koran dan Majalah Tahun 2007	50
Gambar 12. Biaya Promosi Aqua dibandingkan dengan merk lain	51
Gambar 13. Route to Market Model	57