



Lembar Persetujuan.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Prakata.....	iii
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari.....	xiv
Abstract.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1,1 Latar Belakang Masalah.....	1
1,2 Rumusan Masalah.....	4
1,3 Batasan Masalah	4
1,4 Tujuan Penelitian.....	4
1,5 Manfaat Penelitian.....	5
1,6 Kerangka Pemikiran.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2,1 Produk.....	7
2,2 Harga.....	9
2,3 Saluran Distribusi.....	11
2,4 Promosi.....	14
2,5 Perilaku Seks Remaja.....	19
2,6 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN.....	24
3,1 Obyek Penelitian.....	24
3,2 Metode Penelitian.....	24
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.2.2 Desain Penelitian.....	27
3.2.3 Metode Penarikan Sampel.....	28



3.2.3.1 Analisis.....	28
3.2.3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3,3 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Instrumen Penelitian.....	32
3,4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3,5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Analisis Jalur.....	34
3.5.2 Analisis Korelasi.....	34
3.5.3 Pengujian Hipotesis.....	35
3,6 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	36
3.6.1 Struktur Industri Kondom.....	36
3.6.1.1 Analisis Pasar Kondom di Indonesia.....	36
3.6.1.2 Profil Produsen kondom di Indonesia.....	40
3.6.1.2.1 SSL International Plc – Durex.....	40
3.6.1.2.2 PT. Mitra Rajawali Banjarn - Artika	41
3.6.1.2.3 DKT - Sutra, Fiesta, Andalan	43
3.6.1.3 Persaingan Dalam Industri	44
3.6.2 Analisis Industri kondom di Indonesia	46
3.6.2.1 Analisis SWOT	46
3.6.2.2 Analisis <i>Five Forces</i> Porter	48
3.6.2.3 Analisis Lingkungan	53
3.6.2.3.1 Lingkungan Demografi	53
3.6.2.3.2 Lingkungan Teknologi	55
3.6.2.3.3 Lingkungan Ekologi.....	56
3.6.2.3.4 Lingkungan Sosial dan Budaya.....	57
3.6.2.3.5 Analisis Kebijakan-kebijakan Pemerintah.....	61
3.6.2.3.6 Program Pemasaran Sosial Kondom.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4,1 Karakteristik Responden Penelitian.....	67
4,2 Hasil Uji Kuesioner.....	68
4.2.1 Validitas Kuesioner.....	68



4,2,2 Reabilitas Kuesioner.....	69
4,3 Hasil Penelitian Strategi Bauran Pemasaran Kondom Berdasarkan Hasil Perhitungan Statistik.....	70
4.3.1 Strategi Bauran Pemasaran Dilihat Dari Produk.....	70
4.3.2 Strategi Bauran Pemasaran Dilihat Dari Harga.....	71
4.3.3 Strategi Bauran Pemasaran Dilihat dari Distribusi.....	72
4.3.4 Strategi Bauran Pemasaran Dilihat dari Promosi.....	72
4.3.5 Perilaku Seks Remaja.....	73
4,4 Pengujian Hipotesis Mempergunakan Analisis Jalur.....	74
4,5 Pembahasan Penelitian.....	78
4.5.1 Pengaruh Produk dalam Strategi Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Seks Remaja.....	78
4.5.2 Pengaruh Harga dalam Strategi Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Seks Remaja.....	79
4.5.3 Pengaruh Saluran Distribusi dalam Strategi Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Seks Remaja.....	80
4.5.4 Pengaruh Promosi dalam Strategi Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Seks Remaja.....	82
4.5.5 Perilaku Seks Remaja.....	84
4.5.6 Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Kondom Terhadap Perilaku Seks Remaja...	87
4,6 Temuan Penelitian.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5,1 Kesimpulan.....	92
5,2 Saran-saran.....	95
5.2.1 Saran Akademik.....	95
5.2.2 Saran Praktis.....	95
Daftar Pustaka.....	102