

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Rumus.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
Abstract.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kakao.....	7
2.2 Pengolahan Kakao.....	10
2.3 Produk Minuman Bubuk Cokelat.....	18
2.4 Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	20
2.5 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	23
2.6 Uji Kesukaan.....	33
2.7 Analisis Klaster.....	36
2.8 Analisis <i>Crosstabs</i>	40
2.9 Analisis Statistik Nonparametrik.....	41
2.10 Instrumen Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Obyek Penelitian.....	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.3 Data-data yang Diperlukan.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Metode Pengolahan Data.....	48
3.6 Penjelasan Diagram Alir Penelitian.....	50
3.7 Diagram Alir Penelitian.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Deskripsi Perusahaan.....	65
4.2 Survei Pendahuluan.....	68
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
4.4 <i>Hierarchical Clustering</i>	74
4.5 <i>K-means Clustering</i>	77
4.6 Karakteristik Psikografi Setiap Klaster.....	80
4.7 Profil Responden.....	83
4.8 Penentuan Target Konsumen Minuman Bubuk Cokelat.....	97

4.9	<i>Positioning</i> Minuman Bubuk Cokelat	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....		122
LAMPIRAN.....		126