

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kakao.....	9
2.2. Olahan Kakao.....	10
2.3. Pemasaran.....	13
2.4. Pemasaran <i>Offline</i>	14
2.5. Pemasaran <i>Online</i>	15
2.6. Pengambilan Keputusan.....	16
2.7. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	18
2.8. <i>Software Expert Choice</i>	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Pelaksanaan Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4. Software Pengolahan Data (<i>Expert Choice Version 11</i>).....	27
3.5. Tahapan Penelitian.....	30
3.6. Diagram Alir Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Pengujian Instrumen dan Data.....	40
4.2. Karakteristik Responden.....	50
4.3. Pilihan Konsumen terhadap Alternatif dan Kriteria.....	56
4.3.1. Penyusunan Hirarki.....	56
4.3.2. Penilaian Berpasangan.....	59
4.3.3. Penentuan Urutan Prioritas Pengambilan Keputusan Konsumen... 62	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82