

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR PERSAMAAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Wingko.....	12

2.2	Merek.....	13
2.3	Kemasan	16
2.4	Teori Kebutuhan Manusia	24
2.5	Perancangan dan Pengembangan Produk	28
2.6	Rekayasa <i>Kansei</i>	30
2.7	Teori Kuantifikasi.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Obyek dan Waktu Penelitian	36
3.2	Data yang Dibutuhkan.....	36
3.3	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.5	Diagram Alir Penelitian.....	42
3.6	Tahapan Penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Wingko Plesir	56
4.2	Pengumpulan <i>Kansei Words</i>	59
4.3	Kuesioner <i>Semantic Differential I</i>	64
4.4	Penentuan Elemen Desain	74
4.5	Kuesioner <i>Semantic Differential II</i>	86
4.6	Kuesioner <i>Semantic Differential III</i>	94

4.7	Karakteristik Responden	96
4.8	Hasil <i>Quantification Theory Type I</i>	99
4.9	Hasil Desain Akhir Kemasan Wingko Plesir	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Saran	116
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN		122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kemasan Produk Wingko Plesir.....	7
Gambar 1. 2 Kemasan Wingko Pesaing.....	7
Gambar 2. 1 Teori Kebutuhan Manusia (Jordan, 2000).....	25
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Kemasan Wingko Plesir	59
Gambar 4.2 Isi Kemasan Wingko Plesir	59
Gambar 4.3 Logo bernuansa Jogja	79
Gambar 4.4 Logo dengan kesan unik	79
Gambar 4.5 Logo dengan kesan ikonis	79
Gambar 4.6 Logo dengan kesan elegan	79
Gambar 4.7 Logo saat ini	79
Gambar 4.8 Kemasan Tipe A.....	82
Gambar 4.9 Kemasan Tipe C	82
Gambar 4.10 Kemasan Tipe E	82
Gambar 4.11 Kemasan Tipe D.....	82
Gambar 4.12 Kemasan Tipe B	83
Gambar 4.13 Kemasan Tipe F.....	83
Gambar 4.14 Persentase Jenis Kelamin Responden.....	96
Gambar 4.15 Persentase Rata-rata Usia Responden	96
Gambar 4.16 Persentase Asal Daerah Responden	97
Gambar 4.17 Persentase Jenis Pekerjaan Responden.....	97

Gambar 4.18 Persentase Rata-rata Pengeluaran Responden dalam Satu Kali Belanja di Toko Oleh-Oleh	98
Gambar 4.19 Persentase Frekuensi Konsumsi Wingko Setiap Bulan.....	99
Gambar 4.20 Kemasan Baru Wingko Plesir	112
Gambar 4.21 Desain Logo Baru Kemasan Wingko Plesir.....	112
Gambar 4.22 Bentuk Kemasan Baru Wingko Plesir.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Format Umum Tabulasi Data Analisis Kuantifikasi Hayashi I	54
Tabel 4.1 Karakteristik Produk Wingko Plesir	58
Tabel 4.2 Daftar Hasil <i>Kansei Words</i>	60
Tabel 4.3 Pengelompokkan <i>Kansei Words</i>	62
Tabel 4.4 Pasangan <i>Kansei Words</i>	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.7 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 1	67
Tabel 4.8 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> dan <i>Component Matrix</i> Iterasi 1	67
Tabel 4.9 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 2	68
Tabel 4. 10 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> dan <i>Component Matrix</i> Iterasi 2	69
Tabel 4.11 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 3	70
Tabel 4.12 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> dan <i>Component Matrix</i> Iterasi 3	70
Tabel 4.13 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 4	71
Tabel 4.14 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> dan <i>Component Matrix</i> Iterasi 4	71
Tabel 4.15 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 5	72
Tabel 4.16 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> dan <i>Component Matrix</i> Iterasi 5	72
Tabel 4.17 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Iterasi 6	73
Tabel 4. 18 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> Iterasi 6	73
Tabel 4.19 Atribut Kebutuhan Konsumen	76
Tabel 4.20 Ciri-Ciri Kertas <i>Duplex</i>	84
Tabel 4.21 Elemen dan Variasi Desain Kemasan Wingko	86

Tabel 4. 22 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i>	87
Tabel 4.23 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i> untuk Kombinasi Warna.....	89
Tabel 4.24 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i> untuk Gambar.....	90
Tabel 4.25 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i> untuk Bentuk Kemasan.....	91
Tabel 4.26 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i> untuk Kondisi Kemasan	92
Tabel 4.27 Hasil Analisis Faktor Kuesioner <i>Semantic Differential II</i> untuk <i>Single Packaging</i>	93
Tabel 4.28 <i>Item</i> dan Kategori Desain Kemasan Wingko	94
Tabel 4.29 Kategori Setiap Sampel Desain Kemasan Wingko	95
Tabel 4.30 Karakteristik dan Nilai Rata-Rata Setiap Sampel Desain terhadap <i>Kansei Words</i>	100
Tabel 4.31 Hasil Q T I untuk Pencitraan Sederhana - Unik.....	101
Tabel 4.32 Hasil Q T I untuk Pencitraan Antik – Elegan	103
Tabel 4.33 Hasil Q T I untuk Pencitraan Meragukan - Persuasif	104
Tabel 4.34 Hasil Q T I untuk Pencitraan Ringan - Kokoh.....	105
Tabel 4. 35 Hasil Q T I untuk Pencitraan Biasa - Mewah	106
Tabel 4.36 Hasil Q T I untuk Pencitraan Umum - Eksklusif	107
Tabel 4.37 Hasil Q T I untuk Pencitraan Kemasan tertutup - Produk dapat diintip	108

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan 3. 1 Tingkat Kesalahan	41
Persamaan 3. 2 Proporsi Sampel.....	41
Persamaan 3. 3 Besarnya Sampel.....	41
Persamaan 3. 4 Teknik Korelasi <i>Product Moment</i>	45
Persamaan 3. 5 Derajat Bebas	46
Persamaan 3. 6 Koefisien Reliabilitas <i>Alfa Cronbach</i>	47
Persamaan 3. 7 Varians Tiap Item	47
Persamaan 3. 8 Varians Total.....	47
Persamaan 3. 9 Statistik Uji KMO	49
Persamaan 3. 10 Statistik Uji MSA	50
Persamaan 3. 11 Model Analisis Faktor	51
Persamaan 3. 12 Model Kuantifikasi Hayashi I.....	54
Persamaan 3. 13 Persamaan Teori Kuantifikasi	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pendahuluan	123
Lampiran 2. Kuesioner <i>Semantic Differential II</i>	125
Lampiran 3. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Sederhana - Unik	135
Lampiran 4. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Antik – Elegan	138
Lampiran 5. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Meragukan – Persuasif	141
Lampiran 6. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Ringan – Kokoh	144
Lampiran 7. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Biasa – Mewah	147
Lampiran 8. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Umum – Eksklusif	150
Lampiran 9. Hasil Kuesioner <i>Semantic Differential</i> Pencitraan Kemasan Tertutup – Produk Dapat Diintip	153
Lampiran 10. Pengelompokan <i>Item</i> dan Kategori dari Sampel Desain Kemasan Wingko	156
Lampiran 11. Karakteristik Responden Kuesioner <i>Semantic Differential III</i>	164
Lampiran 12. Hasil Kuesioner Sesuai Pencitraan	167