

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYERAHAN.....	ii
LEMBAR PENGSAHAN	iii
SURAT KETERANGAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Batasan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Matcha.....	11
2.2 Matcha latte.....	13
2.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.4 Preferensi Konsumen.....	15
2.5 Bauran Komunikasi Pemasaran	16
2.6 Analisis Konjoin.....	21
2.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
2.9 Penelitian Terdahulu	31

2.10 Instrumen Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Obyek Penelitian.....	33
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.3 Data yang Diperlukan.....	33
3.3.1 Data Primer.....	33
3.3.2 Data Sekunder.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Pengumpulan Data Primer.....	34
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder	35
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.6 Diagram Alir Penelitian.....	37
3.7 Penjelasan Diagram Alir.....	39
3.7.1 Survei Pendahuluan	39
3.7.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	39
3.7.3 Penetapan Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	39
3.7.4 Studi Pustaka.....	39
3.7.5 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.7.6 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	41
3.7.7 Pembentukan Atribut dan Level.....	41
3.7.8 Penyusunan Stimuli.....	41
3.7.9 Penyebaran Kuesioner Perankingan dan Pengumpulan Data.....	42
3.7.10 Pengujian Hasil Kuesioner.....	42
3.7.11 Analisis Data dengan Konjoin	43
3.7.12 Pembahasan Hasil.....	43
3.7.13 Penarikan Kesimpulan dan Saran	43
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
4.1 Survei Pendahuluan.....	44
4.2 Pengujian Data.....	45
4.2.1 Pengujian Validitas.....	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	49

4.3 Profil Responden.....	50
4.3.1 Profil Responden Target Pelajar.....	54
4.3.2 Profil Responden Target Mahasiswa.....	55
4.3.3 Profil Responden Target Pekerja.....	56
4.4 Penyusunan Bauran Komunikasi Pemasaran dengan Analisis Konjoin.....	57
4.4.1 Pemilihan Atribut dan Level.....	58
4.4.2 Penyusunan Kombinasi Atribut dan Level (Stimuli).....	60
4.4.3 Penilaian Kombinasi Atribut dan Level (Stimuli).....	62
4.5 Analisis Data dengan Konjoin	64
4.5.1 Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan Keseluruhan	64
4.5.2 Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan pada Target Pelajar.....	70
4.5.3 Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan pada Target Mahasiswa	74
4.5.4 Analisis Nilai Utilitas dan Kepentingan Target Pekerja.....	78
4.6 Pembahasan Hasil Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran.....	82
4.7 Strategi Pemasaran dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produk Minuman Bubuk Matcha Latte.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Butir Pernyataan Kuesioner Pendahuluan.....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.3 Interpretasi Reliabilitas.....	49
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Pendahuluan Level Tiap Atribut.....	59
Tabel 4.5 Stimuli Bauran Komunikasi Pemasaran.....	63
Tabel 4.6 Nilai Utilitas Level Atribut Secara Keseluruhan.....	65
Tabel 4.7 Nilai Kepentingan Atribut Secara Keseluruhan.....	68
Tabel 4.8 Nilai Uji Korelasi.....	70
Tabel 4.9 Nilai Utilitas Level Atribut Target Pelajar.....	71
Tabel 4.10 Nilai Kepentingan Atribut Target Pelajar.....	73
Tabel 4.11 Nilai Utilitas Level Atribut Target Mahasiswa.....	75
Tabel 4.12 Nilai Kepentingan Atribut Target Mahasiswa.....	77
Tabel 4.13 Nilai Utilitas Level Atribut Target Pekerja.....	78
Tabel 4.14 Nilai Kepentingan Atribut Target Pekerja.....	80
Tabel 4.15 Perbandingan Nilai Utilitas Antar Segmen.....	82
Tabel 4.16 Perbandingan Nilai Kepentingan antar Segmen.....	83
Tabel 4.17. Atribut dan Level Komunikasi Pemasaran Terpilih Produk Matcha latte.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Volume Penggunaan Bahan Baku Matcha di Indonesia Tahun 2016—2020	1
Gambar 1.2 Penggunaan Bahan untuk <i>Flavor</i> pada Minum.....	2
Gambar 1.3 Promo Potongan Harga.....	5
Gambar 1.4 Promo <i>Giveaway</i>	5
Gambar 1.5 Film Pendek <i>Esprecielo Allure</i>	6
Gambar 2.1 Kenampakan Teh Hijau.....	12
Gambar 2.2 Kenampakan Matcha.....	12
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Gambar 4.2 Domisili Responden.....	51
Gambar 4.3 Usia Responden.....	52
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	52
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden.....	53
Gambar 4.6 Pendapatan Per Bulan Responden.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara Pendahuluan.....	99
Lampiran 2. Kuesioner Pendahuluan.....	100
Lampiran 3. Kuesioner Perankingan.....	105
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	111
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 6. Skor Perangkingan Stimuli.....	115
Lampiran 7. Nilai Utilitas Secara Keseluruhan.....	127
Lampiran 8. Nilai Kepentingan Secara Keseluruhan.....	128