

## 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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
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
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
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 Esprecielo Allure.....	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