

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan.....	13
1.5 Manfaat.....	13
1.6 Kerangka Pemikiran	14
1.7 Hipotesis	15
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 17
2.1 <i>Healthy food</i>	17
2.2 Siklus Hidup Produk	21
2.3 Strategi Pemasaran	26
2.4 Bauran Pemasaran	28
2.5 Keputusan Pembelian	32
2.6 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	37
2.7 Analisis K-Means Cluster.....	42
2.8 Analisis PLS-SEM.....	43
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 45
3.1 Objek dan Sasaran Penelitian	45
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.3 Jenis Data.....	46
3.4 Metode Pengambilan Data	47
3.5 Variabel dan Indikator Penelitian	50
3.6 Teknik Sampling	52
3.7 Pengolahan Data.....	53
3.8 Penyusunan Strategi Pemasaran	60
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 64
4.1 Analisis <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	64
4.2 Analisis Hubungan Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Variabel Keputusan Pembelian	107



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN HEALTHY FOOD TANDA PETIK GAMASLIM TANDA PETIK
ITA YUSTINA, Dr. Nafis Khuriyati, S.TP., M.Agr.; Dr. Didik Purwadi, M.Ec.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.3	Penyusunan Strategi Pemasaran Gamaslim pada Tahap Perkenalan Produk	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		144
5.1	Kesimpulan.....	144
5.2	Saran	145
DAFTAR PUSTAKA		146