

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Air Minum dalam Kemasan.....	5
2.2 Pemasaran.....	5
2.3 Bauran Pemasaran.....	6
2.4 Target Pemasaran.....	8
2.5 Riset Pasar.....	9
2.6 Analisis Data.....	10

2.7 Persepsi Konsumen	11
BAB III METODOLOGI.....	12
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	12
3.1.1 Data Primer.....	12
3.1.1 Data Sekunder.....	12
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	13
3.2.1 Wawancara.....	13
3.2.2 Kuesioner.....	13
3.2.3 Observasi.....	13
3.3 Metode Analisis Data.....	13
3.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	13
3.3.2 Metode Deskriptif Kualitatif.....	14
3.3.3 Metode Skoring.....	14
3.3.4 Metode Pengambilan Sampel secara Probabilitas/Acak.....	14
3.4 Tahap Pelaksanaan.....	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	16
4.1 Penentu Jumlah Responden.....	16
4.2 Karakteristik Responden.....	17
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21
4.3.1 Uji Validitas.....	21
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	23
4.4 Analisis Bauran Pemasaran PT Guwatirta Sejahtera.....	24
4.4.1 Produk.....	24

4.4.2 Harga.....	30
4.4.3 Distribusi.....	33
4.4.4 Promosi.....	36
4.5 Hasil Pengukuran dengan Menggunakan Skala Likert.....	39
4.6 Usulan Perbaikan dari Hasil Pengukuran.....	40
BAB V PENUTUP.....	45
14.1 Kesimpulan.....	45
14.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	18
Gambar 4.3 Bagan Sistem Distribusi.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Usia Responden.....	18
Tabel 4.2 Pendidikan Responden.....	19
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	20
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan Responden.....	21
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas.....	22
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	23
Tabel 4.7 Persepsi Konsumen Terhadap Produk Utra.....	29
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk Utra.....	32
Tabel 4.9 Persepsi Konsumen Terhadap Tempat Penjualan Produk Utra	35
Tabel 4.10 Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Produk Utra	38
Tabel 4.11 Hasil Rata-rata Nilai Skor.....	40
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran dengan Skor <2,5.....	41
Tabel 4.13 Usulan Perbaikan dari Beberapa Atribut.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Data Mentah Sebelum Diolah.....	49
Lampiran 1.2 Kuesioner.....	52
Lampiran 1.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	56