

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Geplak	10
B. Pemasaran	12
C. Strategi Pemasaran	14
D. Perilaku Konsumen	19
E. Analisa Pasar	20
F. Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	21

BAB III. METODE PENELITIAN	27
A. Tempat dan Waktu Penelitian	27
B. Objek Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	28
D. Pengumpulan Data	29
E. Prosedur Penelitian	31
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Kondisi Pemasaran UMKM Geplak.....	41
B. Uji Instrumen Penelitian	45
C. Segmentasi Konsumen Geplak Berdasarkan Kuesioner.....	56
D. Identifikasi Bauran Pemasaran Terhadap Menurunnya Minat Pembeli.....	84
F. Formulasi Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Geplak	93
BAB V. PENUTUP	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Geplak Dalam Kemasan	12
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian (Bagian-1)	38
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian (Bagian-2	39
Gambar 3.3 Diagram Alir Penelitian (Bagian-3-akhir).....	40
Gambar 4.1 a) Persentase Jenis Kelamin	57
Gambar 4.1 b) Usia Responden	57
Gambar 4.2 a) Persentase Jenis Pekerjaan	67
Gambar 4.2 b) Tingkat Pendapatan	67
Gambar 4.3 a) Persentase Alokasi Pendapatan Untuk Makan	72
Gambar 4.4 a) Persentase Riwayat Membeli Geplak.....	74
Gambar 4.4 b) Pengetahuan Geplak Khas Bantul	74
Gambar 4.5 Persentase Media Pengetahuan Geplak Berasal Dari Bantul	76
Gambar 4.6 a) Persentase Tempat Membeli Geplak.....	77
Gambar 4.6 b) Intensitas Membeli Geplak	77
Gambar 4.7 a) Jumlah Pembelian Geplak Sekali Beli	79
Gambar 4.7 b) Prioritas Membeli Geplak	79
Gambar 4.8 Persentase Faktor Ketertarikan Responden Membeli Geplak.....	81
Gambar 4.9 Persentase Nilai Guna Geplak Untuk Responden	82
Gambar 4.10 Struktur Hirarkhi AHP Bauran Pemasaran	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pelaku Industri UMKM Geplak di Kabupaten Bantul.....	5
Tabel 2.1. Random Index (RI)	26
Tabel 4.1. Hasil Penilaian Awal Panelis Dalam Uji CVR	47
Tabel 4.2. Hasil Koreksi Uji CVR	49
Tabel 4.3. Hasil Penilaian Panelis Dalam Uji CVR	50
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner	53
Tabel 4.5. Nilai Cronbach's Alpha	56
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Total Bauran Pemasaran Geplak	85
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Bauran Pemasaran Produk Geplak	86
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Bauran Pemasaran Harga Produk	88
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Bauran Pemasaran Tempat Geplak	90
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Bauran Pemasaran Promosi Geplak	91
Tabel 4.11. Normalisasi dan Prioritas Kriteria Bauran Pemasaran	98
Tabel 4.12. Normalisasi dan Prioritas Sub Faktor Promosi	101
Tabel 4.13. Normalisasi dan Prioritas Sub Faktor Tempat	105
Tabel 4.14. Normalisasi dan Prioritas Sub Faktor Produk	107
Tabel 4.15. Normalisasi dan Prioritas Sub Faktor Harga	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pendahuluan Strategi Pemasaran Geplak	120
Lampiran 2. Kuesioner Uji CVR	127
Lampiran 3. Tabel Uji Validitas	131
Lampiran 4. Kuesioner Penentuan Strategi Pemasaran Geplak dengan Metode AHP	144
Lampiran 5. Langkah-langkah dalam Perhitungan AHP	145