

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	7
2.2 Strategi Pemasaran	8
2.3 Segmenting, Targeting, Positioning.....	9

2.4 Bauran Pemasaran	12
2.5 Es krim	13
2.6 Teknik Sampling	13
2.7 Analisis Cluster	15
2.8 Analisis Deskriptif	16
2.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi, Alamat dan Waktu Pelaksanaan	18
3.2 Ruang Lingkup Kajian	18
3.3.1 Pengumpulan Data	18
3.3.2 Pengolahan Data.....	20
3.3 Jadwal Pelaksanaan	23
3.4 Tahapan Pelaksanaan	23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan	30
4.1.1 Profil Perusahaan	30
4.1.2 Visi dan Misi	32
4.1.3 Letak Objek Penelitian	33
4.1.4 Proses Produksi	34
4.1.5 Marketing Mix	37
4.2 Karakteristik Responden	39
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.3.1 Uji Validitas	49

4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.4 Penentuan Segmentasi.....	52
4.5 Penentuan Target.....	62
4.6 Penentuan Posisi	63
4.7 Rekomendasi Perbaikan Pemasaran.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	