

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Teh .....	8
2.1.1. Tanaman Teh.....	8
2.1.2. Jenis-Jenis Teh .....	9
2.1.3. Kandungan dan Manfaat .....	12
2.2. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP) .....	13
2.3. Analisis Klaster .....	18
2.4. Fase Pengembangan Konsep Produk .....	22
2.5. <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) .....	24
2.6. <i>House of Quality</i> (HOQ) .....	28
2.7. <i>Conjoint Analysis</i> .....	30

2.8. Sampling.....	33
2.9. Teorema Limit Pusat .....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Objek Penelitian .....	36
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
3.3. Data yang diperlukan .....	36
3.3.1. Data Primer .....	36
3.3.2. Data Sekunder .....	37
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	37
3.4.1. Observasi.....	37
3.4.2. Wawancara.....	38
3.4.3. Survei .....	38
3.4.4. Studi Pustaka.....	40
3.5. Diagram Alir Penelitian .....	40
3.6. Penjelasan Diagram Alir .....	44
3.6.1. Observasi Lapangan .....	44
3.6.2. Perumusan Masalah dan Penetapan Tujuan.....	44
3.6.3. Studi Pustaka.....	44
3.6.4. Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.6.5. Wawancara Pendahuluan .....	46
3.6.6. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....	46
3.6.7. Penyebaran dan Pengujian Kuesioner Pendahuluan .....	47
3.6.8. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Segmentasi .....	47
3.6.9. Analisis <i>Cluster</i> dengan <i>K-means Clustering</i> .....	48
3.6.10. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	48
3.6.11. Penyusunan Konsep Produk menggunakan <i>Conjoint Analysis</i> ...	49
3.6.12. Pembentukan <i>House of Quality</i> .....	50

3.6.13. Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1. Penelitian Terdahulu .....	55
4.2. Latar Belakang Perusahaan .....	56
4.3. Rekaman Pengumpulan Data .....	57
4.4. Survei Pendahuluan.....	58
4.5. Karakteristik Responden .....	62
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
4.6.1. Uji Validitas .....	66
4.6.2. Uji Reliabilitas .....	69
4.7. Analisis Awal Psikografi Responden.....	69
4.8. <i>Segmentation, Targeting, Posisitoning</i> (STP).....	75
4.8.1. <i>Segmentation</i> .....	75
4.8.2. <i>Targeting</i> .....	83
4.8.3. <i>Positioning</i> .....	83
4.9. Penyusunan Konsep Produk Teh Hijau.....	83
4.9.1. Pembentukan Atribut dan Level .....	84
4.9.2. Penyusunan Kombinasi Atribut (Stimuli).....	86
4.9.3. Pengumpulan Data dengan Metode Ranging .....	88
4.9.4. Nilai Utilitas untuk Tiap Level dalam Atribut .....	88
4.9.5. Nilai Kepentingan Atribut.....	90
4.9.6. Uji Korelasi Utilitas .....	90
4.10. Konsep Produk Terpilih.....	91
4.11. Pembentukan <i>House of Quality</i> .....	91
4.11.1. Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	91
4.11.2. Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen .....	93
4.11.3. Analisis Matriks Perencanaan ( <i>Planning Matrix</i> ).....	95

4.11.4. Analisis Kebutuhan Teknis ( <i>Technical Response</i> ).....	100
4.11.5. Analisis Hubungan Kebutuhan Teknis dengan Kebutuhan Konsumen .....	104
4.11.6. Penentuan Arah Perbaikan .....	107
4.11.7. Analisis Hubungan antar Kebutuhan Teknis.....	108
4.11.8. Analisis <i>Technical Matrix</i> .....	110
4.11.9. <i>House of Quality</i> .....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1. Kesimpulan.....	115
5.2. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN.....	121

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komposisi Kimia Teh Hijau .....	13
Tabel 2.2 Variabel Utama Segmentasi Pasar .....	17
Tabel 3.1 <i>Impact Symbol</i> .....	53
Tabel 3.2 Simbol Hubungan antar Kebutuhan Teknis .....	53
Tabel 4.1 Produk PT Pagilaran .....	57
Tabel 4.2 Rekaman Pengumpulan Data .....	57
Tabel 4.3 Responden Terpilih dalam Wawancara Pendahuluan .....	58
Tabel 4.4 Data Panelis dalam Uji CVR .....	60
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan CVR Kuesioner Pendahuluan Demografi .....	60
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan CVR Kuesioner Pendahuluan Psikografi .....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas I Kuesioner Segmentasi .....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas II Kuesioner Segmentasi .....	68
Tabel 4.9 Kriteria Koefisien Korelasi .....	70
Tabel 4.10 Kelompok Item dan Variabel Penelitian Psikografi Responden .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi Kelompok Manfaat Yang Dicari .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Kelompok Gaya Hidup .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Kelompok Status Loyalitas .....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi Kelompok Sikap Terhadap Produk .....	74
Tabel 4.15 <i>Initial Cluster Center</i> .....	78
Tabel 4.16 <i>Iteration History</i> .....	79
Tabel 4.17 <i>Final Cluster Center</i> .....	79
Tabel 4.18 ANOVA .....	80
Tabel 4.19 <i>Number of Cases in Each Cluster</i> .....	81
Tabel 4.20 Daftar Kebutuhan Konsumen .....	84
Tabel 4.21 Ranging Atribut Kebutuhan Konsumen .....	85
Tabel 4.22 Atribut dan Level Produk Teh Hijau .....	86
Tabel 4.23 Kombinasi Atribut Produk Teh Hijau .....	87
Tabel 4.24 Nilai Utilitas Keseluruhan Tiap Level Atribut .....	89
Tabel 4.25 Kepentingan Atribut Produk .....	90

Tabel 4.26 Korelasi Utilitas Estimasi dan Observasi.....	90
Tabel 4.27 Kebutuhan Konsumen Terhadap Produk Teh Hijau Celup .....	93
Tabel 4.28 Nilai Tingkat Kepentingan Konsumen .....	94
Tabel 4.29 <i>Planning Matrix</i> Produk Teh Hijau .....	95
Tabel 4.30 Skala Kepentingan Konsumen dan Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen.....	99
Tabel 4.31 Susunan Prioritas Atribut Kebutuhan Konsumen .....	100
Tabel 4.32 Rancangan Kebutuhan Teknis .....	101
Tabel 4.33 Kebutuhan Teknis dan Target Kebutuhan Teknis.....	103
Tabel 4.34 Arah Perbaikan Kebutuhan Teknis .....	108
Tabel 4.35 Tingkat Kesulitan Pemenuhan Kebutuhan Teknis.....	111
Tabel 4.36 Prioritas dan Normalisasi Kebutuhan Teknis.....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Value sales of Tea Drinks in Indonesia</i> .....	4
Gambar 2.1 Diagram Algoritma <i>K-Means</i> .....	22
Gambar 2.2 Tahap Pengembangan Konsep .....	23
Gambar 2.3 Ilustrasi Teorema Limit Pusat .....	35
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....	41
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan).....	42
Gambar 3.3 Diagram Alir <i>Conjoint Analysis</i> .....	42
Gambar 3.4 Diagram Alir <i>House of Quality</i> .....	43
Gambar 4.1 Usia Responden.....	63
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	63
Gambar 4.3 Pendapatan Responden Tiap Bulan (dalam Rupiah).....	64
Gambar 4.4 Pengeluaran Untuk Konsumsi Pangan Tiap Bulan (dalam Rupiah) .	64
Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir Responden .....	65
Gambar 4.6 Matrik Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis ..	105
Gambar 4.7 Matriks Hubungan Antar Kebutuhan Teknis .....	109
Gambar 4.8 Matriks <i>House of Quality</i> .....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara Pendahuluan .....	121
Lampiran 2. Kuesioner Pendahuluan .....	123
Lampiran 3. Uji Korelasi Variabel Psikografi .....	128
Lampiran 4. Daftar Keanggotaan Tiap Klaster .....	129
Lampiran 5. Nilai Kritis untuk CVR.....	131
Lampiran 6. Kuesioner Segmentasi .....	132
Lampiran 7. Kuesioner Perangkingan Stimuli .....	134
Lampiran 8. Output Analisis Konjoin.....	135
Lampiran 9. Kuesioner Kinerja Produk .....	136
Lampiran 10. Perhitungan Prioritas Kebutuhan Teknis dan Normalisasi Prioritas Kebutuhan Teknis .....	137