



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Batasan Masalah.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN .....	6
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1. Potensi Pasar .....	6
2.1.2. Intensitas Penggunaan Internet .....	7
2.1.3. Tingkat Konsumsi Cake.....	8
2.1.4. Perilaku Konsumen terhadap Variasi Produk .....	8
2.1.5. Daya beli .....	8
2.1.6. STP.....	9
2.1.7. <i>Marketing Mix</i> .....	11
2.2. Metodologi .....	12
2.3. Jenis dan Sumber Data .....	12
2.4. Populasi dan Sample .....	13
2.5. Definisi Operasional.....	14
2.5.1. Potensi Pasar .....	14
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	15
3.1. Analisis.....	15
3.1.1. Pemilihan Narasumber .....	15
3.1.2. Analisis Hasil Wawancara .....	17
3.2. Interpretasi dan Pembahasan .....	34
3.2.1. Potensi Pasar Cake Berbasis Game Online.....	34
3.2.2. Proses Perancangan Penjualan Cake Berbasis Game Online.....	39



BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	46
4.1. Kesimpulan.....	46
4.2. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN.....	48



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.3. Uang Saku Kelompok Strata D3/S1.....	16
Tabel 3.5. Perbedaan Jawaban Narasumber Kelompok Strata SMA.....	20
Tabel 3.6. Perbedaan Jawaban Narasumber Kelompok Strata SMP .....	23
Tabel 3.7. Generalisasi Jawaban Intensitas Penggunaan Internet.....	25
Tabel 3.8. Pengelompokkan Intensitas Penggunaan Internet.....	27
Tabel 3.9. Generalisasi Jawaban Tingkat Konsumsi Cake .....	27
Tabel 3.10. Pengelompokkan Tingkat Konsumsi Cake .....	28
Tabel 3.11. Generalisasi Jawaban Perilaku Konsumen dalam Mencari Variasi Produk .....	29
Tabel 3.12. Pengelompokkan Perilaku Konsumen dalam Mencari Variasi Produk .....	30
Tabel 3.13. Generalisasi Jawaban Daya Beli .....	31
Tabel 3.14. Pengelompokkan Daya Beli.....	32
Tabel 3.15. Urutan Kelompok Paling Potensial dalam Intensitas Penggunaan Internet .....	35
Tabel 3.16. Urutan Kelompok Paling Potensial dalam Tingkat Konsumsi Cake .	36
Tabel 3.17. Urutan Kelompok Paling Potensial Perilaku Konsumen dalam Mencari Variasi Produk .....	37
Tabel 3.18. Urutan Kelompok Paling Potensial dalam Daya Beli.....	37
Tabel 3.19. Pemberian Bobot Masing-Masing Urutan .....	38
Tabel 3.20. Scoring .....	39
Tabel 3.21. Segmentasi Konsumen Penjualan Cake Berbasis Game Online.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Calon Narasumber Kelompok Pelajar dan Mahasiswa.....	48
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan .....	50
Lampiran 3. Hasil Wawancara Kelompok Mahasiswa D3/S1 .....	52
Lampiran 4. Hasil Wawancara Kelompok SMA .....	65
Lampiran 5. Hasil Wawancara Kelompok SMP .....	78