

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRACT	xi
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Pemasaran	10
2.2. Konsep Produksi	12
2.3. Konsep Produk	12
2.4. Konsep Penjualan	13
2.5. Konsep Pemasaran	14
2.6. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan	16
2.7. Konsumen	16
2.8. Kemasan	20
2.9. Merek	21
2.10. Harga	24
2.11. Segmentasi Pasar	26



2.12. Pasar Sasaran	26
2.13. Strategi <i>Positioning</i>	28
2.14. Skala Multidimensional (MDS).....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1..Jenis Penelitian	35
3.2. Metode Pengambilan Sampel	36
3.2.1. Responden	36
3.2.2. Metode Pengambilan Sampel.....	36
3.3. Daerah Penelitian.....	37
3.4. Data Yang Diperlukan	38
3.5. Metode Pengumpulan data	39
3.6. Variabel Dan Dfinisi Operational Variabel.....	40
3.7. Metode Analisis Data	41
3.7.1. Analisis Skala Beda Sematik.....	41
3.7.2. <i>Multidimensional Scaling</i>	41
3.7.3. Statistik Inferensi.....	42
BAB IV ANALISIS	43
4.1. Deskripsi Penelitian.....	43
4.2. Analisis Skala Beda Semantik.....	44
4.3. Pengolahan Data Preferensi <i>Multidimensional Scaling</i>	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Nilai rata-rata Skala Beda Semantik.....	45
Tabel 4.2. Titik Koordinat.....	48



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Posisi merek-merek kopi kemasan sachet :: Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

ARTANTI, Ira, Dr. BM. Purwanto, MBA

Universitas Gadjah Mada, 2004 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4.1. Grafik Skala Beda Semantik	46
Gambar 4.2. Peta Posisi Merek-Merek kopi Kemasan <i>Sachet</i>	49
Gambar 4.3. Peta Posisi Merek-Merek kopi Kemasan <i>Sachet</i> Menurut Tujuan...	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Grafik Analisis Beda Semantik
- Lampiran 3 Analisis *Multidimensional Scaling*
- Lampiran 4 Penentuan Secara Subyektif dari Analisis Beda Semantik
- Lampiran 5 Statistik Inferensi *One-Way* Anova Tujuan Minum Kopi
- Lampiran 6 Statistik Inferensi *One-Way* Anova Jenis Kelamin
- Lampiran 7 Statistik Inferensi *One-Way* Anova Frekuensi Minum Kopi
- Lampiran 8 Statistik Inferensi *One-Way* Anova Usia