# DAFTAR ISI

Halaman

<table>
<thead>
<tr>
<th>KATA PENGANTAR</th>
<th>viii</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>DAFTAR ISI</td>
<td>ix</td>
</tr>
<tr>
<td>DAFTAR TABEL</td>
<td>xi</td>
</tr>
<tr>
<td>DAFTAR GAMBAR</td>
<td>xiii</td>
</tr>
<tr>
<td>DAFTAR LAMPIRAN</td>
<td>xiv</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## I. PENDAHULUAN

<table>
<thead>
<tr>
<th>A. LATAR BELAKANG</th>
<th>1</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</td>
<td>4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## II. TINJAUAN PUSTAKA

| A. BAHAN BAKU DAN PENGOLAHAN | 5 |
| B. ANALISA STRUKTUR PASAR | 7 |
| C. PERENCANAAN STRATEGI DAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN | 9 |
| D. PENGELOLAAN PROSES PEMASARAN DAN PERENCANAAN PEMASARAN | 13 |
| 1. Konsep Pemasaran | 13 |
| 2. Proses Pemasaran | 15 |
| 3. Analisis Situasi Pasar Dan Peramaian Pasar | 15 |
| 4. Analisis Kompetitif | 19 |
| 5. Merencanakan Strategi Pemasaran | 20 |
| E. Analisis Pasar Konsumen dan Perilaku Pembeli | 22 |
| F. Penelitian Terdahulu | 26 |
| G. Kerangka Konseptual | 28 |

## III. METODOLOGI

| A. Lokasi dan Waktu | 31 |
| B. Metode dan Ruang Lingkup Penelitian | 31 |
| C. Teknik Pengambilan Contoh dan Pengumpulan Data | 31 |
| D. Metode Analisis | 33 |
| 1. Analisis Persaingan Industri | 33 |
| 2. Analisis Fish bein | 34 |
| 3. Analisis S.W.O.T | 35 |

## IV. GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS INTERNAL PERUSAHAAN

<p>| A. Uraian Singkat Sejarah Perusahaan | 37 |
| B. Misi dan Tujuan Perusahaan | 37 |
| C. Organisasi Perusahaan | 38 |
| 1. Departemen Produksi | 38 |
| 2. Departemen Keuangan | 40 |
| 3. Departemen Personalia | 40 |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th>Department</th>
<th>Page</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Departemen Pemasaran</td>
<td>41</td>
</tr>
</tbody>
</table>

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Konsumen .............................. 44
   1. Analisis Demografi Konsumen .................. 45
   2. Analisis Motivasi dan Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Jelly ................................. 48
   3. Analisis Hubungan Data Demografi Responden Dengan Pengetahuan dan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Jelly ....................................................... 59
   4. Pengetahuan Responden Terhadap Merek Delly Jelly .............................................. 61
   5. Analisis Pengetahuan dan Tanggapan Pedagang Terhadap Produk Jelly ...................... 61
   6. Analisis Preferensi Konsumen dan Pedagang Terhadap Produk Jelly ............................. 64
   7. Analisis Preferensi Konsumen dan Pedagang Terhadap Produk Jelly ............................. 65

B. Analisis Persaingan Industri .......................................... 76
C. Analisis SWOT .................................................... 82

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .................................................................. 96
B. Saran ........................................................................... 97

DAFTAR PUSTAKA .............................................................. 100

LAMPIRAN ......................................................................... 101
<table>
<thead>
<tr>
<th>Nomor</th>
<th>Teks</th>
<th>Halaman</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Spesifikasi Produk PT. Jellaneka Mega Industries</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Data Jenis Kelamin Menurut Jenis Responden</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Data Responden Berdasarkan Usia</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Data Responden Dewasa Menurut Jenis Pekerjaan</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Data Responden Dewasa Menurut Tingkat Penghasilan</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Data Responden Anak Sekolah Berdasarkan Besarnya Uang Jajan</td>
<td>48</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Tingkat Frekwensi Konsumsi Responden</td>
<td>48</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Media Informasi yang Yang Memperkenalkan Produk Jelly</td>
<td>49</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Tempat Responden Membeli Produk Jelly</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Persentase Perencanaan Pembelian Produk Jelly</td>
<td>52</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>Persentase Lokasi Responden Mengkonsumsi Jelly</td>
<td>53</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>Produk-Produk Subtitusi Jelly Menurut Responden</td>
<td>54</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>Pengetahuan Responden Bahwa Jelly Makanan Yang Menyehatkan</td>
<td>55</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>Ukuran dan Volume Jelly Yang Sesuai Bagi Responden</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>Isi Jelly Dalam Kemasan Yang Sesuai Bagi Responden</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>Warna Jelly Yang Disukai Oleh Responden</td>
<td>57</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>Aroma Produk Jelly Yang Disukai Responden</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>Data Hubungan Jenis Kelamin Responden dan Pernah Membeli Produk Jelly</td>
<td>59</td>
</tr>
<tr>
<td>Nomor</td>
<td>Teks</td>
<td>Halaman</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>Hubungan Jenis Kelamin Dengan Pemilihan Merek Jelly</td>
<td>60</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Pembelian Produk Jelly</td>
<td>60</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>Kesadaran Merek Produk Delly Jelly</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>Merek Jelly Yang Biasa Dijual Oleh Pedagang</td>
<td>62</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>Asal Informasi Produk Jelly Terhadap Pedagang</td>
<td>64</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>Penilaian Responden Anak Sekolah Terhadap Atribut Berbagai Merek Jelly</td>
<td>67</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>Preferensi Dan Perilaku Konsumen Dewasa Terhadap Produk Jelly Secara Umum dan Produk Delly Jelly</td>
<td>72</td>
</tr>
<tr>
<td>26</td>
<td>Preferensi Dan Perilaku Pedagang Terhadap Produk Jelly Secara Umum dan Produk Delly Jelly</td>
<td>74</td>
</tr>
<tr>
<td>27</td>
<td>Berbagai Altenatif Bauran Pemasaran Berdasarkan Faktor-Faktor Internal dan Eksternal</td>
<td>83</td>
</tr>
<tr>
<td>28</td>
<td>Usulan Spesifikasi Produk Baru dan Bauran Pemasarannya</td>
<td>91</td>
</tr>
<tr>
<td>29</td>
<td>Beberapa Perbedaan Bauran Pemasaran Produk Lama Dan Usulan Produk Baru</td>
<td>94</td>
</tr>
<tr>
<td>Nomor</td>
<td>Teks</td>
<td>Halaman</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>Elemen Dasar Untuk Mendefinisikan Strategi Bisnis</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Proses Pemasaran</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Proses Manajemen Pemasaran dan Perencanaan</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Proses Identifikasi Pasar Sasaran</td>
<td>18</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Sikap</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Proses Pengambilan Keputusan Pembelian</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Alur Pemikiran Konseptual</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Elemen Struktur Industri</td>
<td>34</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Bahan Baku Rumput Laut</td>
<td>38</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Tepung karageenan</td>
<td>39</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>Proses Alur Produksi Jelly</td>
<td>40</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>Produk Delly Jelly Kemasan 28 gram dan Super Delly Jelly 15 gram</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>Berbagai Bentuk Produk Delly Jelly Saat Ini</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>Analisis Persaingan Industri Jelly</td>
<td>81</td>
</tr>
<tr>
<td>Nomor</td>
<td>Teks</td>
<td>Halaman</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>----------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>Contoh Kuisioner Untuk Konsumen di Supermarket/Retailer</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Contoh Kuisioner Untuk Konsumen Anak Sekolah</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Contoh Kuisioner Untuk Pedagang</td>
<td>107</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Analisis Multiattribut Fish-bein Konsumen Dewasa Untuk Produk jelly</td>
<td>110</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Analisis Multiattribut Fish-bein Konsumen Anak Sekolah Untuk Beberapa Merek Produk jelly</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Analisis Multiattribut Fish-bein Konsumen Pedagang Untuk Produk jelly</td>
<td>112</td>
</tr>
</tbody>
</table>