

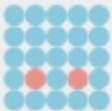
DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Teoritis	13
2.2.1 Preferensi Konsumen	13
2.2.2 Atribut dan Sikap Konsumen	16
2.2.3 Manajemen Merek	17
2.2.4 Riset Pemasaran	20
2.2.5 Strategi Pemasaran	21
2.2.6 Analisis Konjoin	23
2.2.7 Matriks TOWS	23
2.3 Pemikiran Konseptual	25
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Metode Pengambilan Contoh	32
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	34
3.6.1 Pengujian Alat Ukur	34
3.6.2 Analisis Deskriptif	35
3.6.3 Analisis Konjoin	35
3.6.4 Analisis Matriks TOWS	39



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah PT Sewu Segar Nusantara.....	41
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.4 Strategi Pemasaran Perusahaan.....	44

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	49
5.2 Karakteristik Umum Responden.....	50
5.2.1 Usia.....	51
5.2.2 Pendidikan.....	52
5.2.3 Jenis Pekerjaan.....	53
5.2.4 Tingkat Rata-rata Pengeluaran.....	54
5.2.5 Jumlah Anggota Keluarga.....	55
5.3 Pengenalan terhadap Merek Sunpride.....	55
5.4 Analisis Perilaku Konsumen.....	57
5.4.1 Kebiasaan Mengonsumsi Buah Segar.....	57
5.4.2 Kebiasaan Mengonsumsi Buah Segar Bermerek.....	65
5.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Segar Bermerek.....	69
5.6 Preferensi terhadap Buah Segar Bermerek.....	72
5.6.1 Preferensi Konsumen terhadap Jambu Biji Bermerek.....	72
5.6.2 Preferensi Konsumen terhadap Pepaya Bermerek.....	79
5.6.3 Preferensi Konsumen terhadap Jeruk Lokal Bermerek.....	83
5.7 Strategi Perusahaan.....	87
5.7.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan.....	88
5.7.2 Analisis Matriks TOWS.....	100

VI. REKOMENDASI STRATEGI PEMASARAN

6.1 Segmen Pasar dan Pasar Sasaran.....	107
6.2 Strategi Bauran Pemasaran.....	111
6.3 Strategi Bauran Promosi.....	117

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan.....	121
7.2 Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA.....	126
----------------------------	------------

LAMPIRAN



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor
MB-IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.