

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2. Perumusan Masalah.....	I-2
1.3. Pembatasan Masalah.....	I-3
1.4. Tujuan Penelitian.....	I-4
1.5. Sistematika Laporan.....	I-4
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Pemasaran.....	II-1
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	II-1
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	II-1
2.1.3. Konsep Pemasaran.....	II-3
2.1.4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	II-5
2.2. Segmentasi Pasar.....	II-7
2.3. Persaingan.....	II-8
2.3.1. Identifikasi Pesaing Perusahaan.....	II-8
2.3.2. Identifikasi Strategi Pesaing.....	II-9
2.3.3. Menentukan Tujuan Pesaing.....	II-10
2.3.4. Memperkirakan Pola Reaksi Pesaing.....	II-11
2.4. Periklanan.....	II-11
2.5. Penempatan Posisi Produk.....	II-12
2.6. Pengertian Strategi Pemasaran.....	II-14
2.6.1. Menentukan Strategi Pemasaran Berdasarkan Pangsa Pasar yang Diperoleh .....	II-15
2.6.2. Strategi Pemimpin Pasar.....	II-16
2.6.3. Strategi Penantang Pasar dan Pengikut Pasar.....	II-16
2.7. Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> ).....	II-16
2.7.1. Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi	

	Pemasaran.....	II-18
	2.7.2. Kerangka Kerja Konseptual Perilaku Konsumen.....	II-20
2.8.	Riset Pemasaran.....	II-24
	2.8.1. Pengumpulan Data.....	II-27
	2.8.2. Pengambilan Sampel.....	II-29
2.9.	Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Pengumpul Data.....	II-31
	2.9.1. Uji Validitas (Kesahihan).....	II-32
	2.9.2. Uji Reliabilitas (Keterandalan).....	II-33
2.10.	Analisa Faktor.....	II-34
	2.10.1. Matriks Korelasi.....	II-37
	2.10.2. Ekstraksi Faktor.....	II-37
	2.10.3. Rotasi Faktor.....	II-38
2.11.	Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Bagi Data Berpasangan.....	II-39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Studi Pendahuluan.....	III-1
	3.2. Identifikasi Masalah.....	III-1
	3.3. Penentuan Tujuan Penelitian.....	III-2
	3.4. Penentuan Variabel Penelitian.....	III-2
	3.5. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	III-3
	3.6. Penentuan Sampel Penelitian.....	III-3
	3.7. Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-3
	3.8. Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	III-4
	3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	III-4
	3.9.1. Uji Validitas.....	III-4
	3.9.2. Uji Reliabilitas.....	III-5
	3.10. Pengumpulan Data.....	III-5
	3.10.1. Data Umum Perusahaan.....	III-5
	3.10.2. Data Hasil Penyebaran Kuesioner.....	III-5
	3.11. Uji Kecukupan Data.....	III-6
	3.12. Pengolahan Data.....	III-6
	3.13. Analisis.....	III-7
	3.14. Kesimpulan dan Saran.....	III-7
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
	4.1. Keadaan Obyek Penelitian.....	IV-1
	4.2. Lokasi Perusahaan.....	IV-2
	4.3. Struktur Organisasi, Pembagian Wewenang dan Tanggung Jawab .....	IV-3
	4.4. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	IV-6
	4.5. Pengumpulan Data.....	IV-7
	4.5.1. Minuman Ringan Merek Sugas.....	IV-7
	4.5.2. Penentuan Variabel Penelitian.....	IV-18
	4.6. Uji Validitas.....	IV-19
	4.7. Uji Reliabilitas.....	IV-21
	4.8. Uji Kecukupan Data.....	IV-23

4.9. Pengolahan Data.....	IV-24
4.9.1. Pengolahan Data Kuesioner Bagian I.....	IV-25
4.9.2. Pengolahan Data Kuesioner Bagian II.....	IV-28
4.9.3. Pengolahan Data Kuesioner Bagian III.....	IV-30
4.10. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Data Berpasangan...	IV-40
 BAB V	
ANALISIS	
5.1. Analisis Hasil Pengolahan Data Kuesioner Bagian I.....	V-1
5.2. Analisis Hasil Pengolahan Data Kuesioner Bagian II.....	V-9
5.3. Analisa Hasil Pengolahan Data Kuesioner Bagian III....	V-13
5.4. Analisis Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....	V-17
5.4.1. Untuk Minuman Ringan Merek Sugas.....	V-17
5.4.2. Untuk Minuman Ringan Merek Coca-Cola.....	V-20
5.4.3. Untuk Minuman Ringan Fanta.....	V-22
5.4.4. Untuk Minuman Ringan Sprite.....	V-24
5.5. Usulan Strategi Pemasaran dan Upaya Peningkatan Daya Saing.....	V-26
5.5.1. Usulan Strategi Pemasaran.....	V-26
5.5.2. Upaya Peningkatan Daya Saing.....	V-33
 BAB VI	
KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	VI-1
6.2. Saran.....	VI-2
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

## DARTAR TABEL

	Halaman
TABEL II-1 CONTOH ISU KONSUMEN YANG DILIBATKAN DENGAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN	II-20
TABEL IV-1 PT DJARUM EMAS UNGGUL NERACA PER DESEMBER 2000.....	IV-15
TABEL IV-2 PT DJARUM EMAS UNGGUL DAFTAR HARTA DAN PENYUSUTAN.....	IV-16
TABEL IV-3 PT DJARUM EMAS UNGGUL LABA RUGI 2000.....	IV-17
TABEL IV-4 HASIL KUESIONER PENDAHULUAN.....	IV-18
TABEL IV-5 HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER BAGIAN II.....	IV-19
TABEL IV-6 HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER BAGIAN III (SUGUS).....	IV-20
TABEL IV-7 HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER BAGIAN III (COCA-COLA).....	IV-20
TABEL IV-8 HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER BAGIAN III (FANTA).....	IV-20
TABEL IV-9 HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER BAGIAN III (SPRITE).....	IV-21
TABEL IV-10 HASIL UJI RELIABILITAS KUESIONER BAGIAN II.....	IV-22
TABEL IV-11 HASIL UJI RELIABILITAS KUESIONER BAGIAN III (SUGUS).....	IV-22
TABEL IV-12 USIA RESPONDEN.....	IV-26
TABEL IV-13 PEKERJAAN RESPONDEN.....	IV-26
TABEL IV-14 PENGELUARAN RESPONDEN SELAMA SATU BULAN.....	IV-26
TABEL IV-15 TEMPAT BIASANYA RESPONDEN MEMBELI MINUMAN RINGAN.....	IV-27
TABEL IV-16 YANG DILAKUKAN RESPONDEN BILA MEREK YANG DIINGINKAN TIDAK ADA.....	IV-27
TABEL IV-17 SAAT PENGGUNAAN MINUMAN RINGAN SUGUS...	IV-27
TABEL IV-18 KEMUDAHAN MINUMAN RINGAN SUGUS DIPEROLEH.....	IV-28
TABEL IV-19 KEMASAN MINUMAN RINGAN YANG BIASA DIGUNAKAN RESPONDEN.....	IV-28



TABEL IV-20 MEDIA YANG TEPAT UNTUK PROMOSI MINUMAN RINGAN MENURUT RESPONDEN.....	IV-28
TABEL IV-21 RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI KUESIONER BAGIAN II.....	IV-29
TABEL IV-22 RATA-RATA HASIL PENILAIAN RESPONDEN DARI TIAP MEREK MINUMAN RINGAN.....	IV-30
TABEL IV-23 NILAI HASIL STANDARISASI.....	IV-31
TABEL IV-24 MATRIKS KORELASI.....	IV-32
TABEL IV-25 STATISTIK AWAL UNTUK PEMBUATAN PETA PERSEPSI PRODUK.....	IV-33
TABEL IV-26 MATRIKS FAKTOR PEMBUATAN PETA PERSEPSI PRODUK.....	IV-34
TABEL IV-27 STATISTIK AKHIR UNTUK PEMBUATAN PETA PERSEPSI PRODUK.....	IV-35
TABEL IV-28 ROTASI FAKTOR UNTUK PEMBUATAN PETA PERSEPSI PRODUK.....	IV-36
TABEL IV-29 KOORDINAT TIAP MEREK UNTUK PETA PERSEPSI PRODUK.....	IV-38
TABEL IV-30 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN SUGUS.....	IV-42
TABEL IV-31 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN COCA-COLA.....	IV-43
TABEL IV-32 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN FANTA.....	IV-43
TABEL IV-33 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN SPRITE.....	IV-43
TABEL V-1 HASIL KUESIONER BAGIAN I.....	V-8
TABEL V-2 RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI KUESIONER BAGIAN II.....	V-9
TABEL V-3 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN SUGUS.....	V-18
TABEL V-4 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN COCA-COLA.....	V-20
TABEL V-5 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN FANTA.....	V-23
TABEL V-6 HASIL UJI WILCOXON UNTUK MINUMAN RINGAN SPRITE.....	V-25

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR II-1	PROSES RISET PEMASARAN..... II-24
GAMBAR III-1	METODOLOGI PENELITIAN..... III-8
GAMBAR IV-1	PETA LOKASI PT DJARUM EMAS UNGGUL..... IV-11
GAMBAR IV-2	STRUKTUR ORGANISASI..... IV-12
GAMBAR IV-3	PROSES PENGOLAHAN AIR..... IV-13
GAMBAR IV-4	PROSES PRODUKSI LIMUN SUGUS..... IV-14
GAMBAR IV-5	PETA PERSEPSI PRODUK..... IV-39
GAMBAR V-1	USIA RESPONDEN..... V-2
GAMBAR V-2	PEKERJAAN RESPONDEN..... V-2
GAMBAR V-3	PENGELUARAN RESPONDEN SELAMA SATU BULAN..... V-3
GAMBAR V-4	TEMPAT BIASANYA RESPONDEN MEMBELI MINUMAN RINGAN..... V-4
GAMBAR V-5	YANG AKAN DILAKUKAN RESPONDEN BILA MEREK YANG DIINGINKAN TIDAK ADA..... V-5
GAMBAR V-6	SAAT RESPONDEN MENGGUNAKAN MINUMAN RINGAN SUGUS..... V-5
GAMBAR V-7	KEMUDAHAN MINUMAN RINGAN SUGUS DIPEROLEH..... V-6
GAMBAR V-8	BENTUK KEMASAN YANG BIASA DIBELI RESPONDEN..... V-7
GAMBAR V-9	MEDIA PROMOSI YANG TEPAT UNTUK MINUMAN RINGAN..... V-7
GAMBAR V-10	PETA PERSEPSI PRODUK..... V-15

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN I	KUESIONER PENELITIAN	
	Pendahuluan.....	LI-1
	Kuesioner Pendahuluan Penentuan Variabel Penelitian..	LI-2
	Kuesioner Bagian I.....	LI-3
	Kuesioner Bagian II.....	LI-5
	Kuesioner Bagian III.....	LI-6
LAMPIRAN II	HASIL DATA MENTAH KUESIONER	
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian I.....	LII-1
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian II.....	LII-13
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian III (Sugus).....	LII-17
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian III (Coca-Cola)...	LII-21
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian III (Fanta).....	LII-25
	Hasil Data Mentah Kuesioner Bagian III (Sprite).....	LII-29
LAMPIRAN III	UJI VALIDITAS	
	Uji Validitas Kuesioner Bagian II.....	LIII-1
LAMPIRAN IV	UJI RELIABILITAS	
	Untuk Kuesioner Bagian II.....	LIV-1
	Untuk Kuesioner Bagian III (Sugus).....	LIV-2
	Untuk Kuesioner Bagian III (Coca-Cola).....	LIV-3
	Untuk Kuesioner Bagian III (Fanta).....	LIV-4
	Untuk Kuesioner Bagian III (Sprite).....	LIV-5
LAMPIRAN V	ANALISA FAKTOR (PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS)	
	Kuesioner Bagian II.....	LV-1
	Kuesioner Bagian III.....	LV-2
LAMPIRAN VI	UJI PERINGKAT BERTANDA WILCOXON	
	Untuk Minuman Ringan Sugus.....	LVI-1
	Untuk Minuman Ringan Coca-Cola.....	LVI-4
	Untuk Minuman Ringan Fanta.....	LVI-7
	Untuk Minuman Ringan Sprite.....	LVI-10
LAMPIRAN VII	TABEL $r$ PRODUCT MOMENT DAN DISTRIBUSI NORMAL	
	Tabel Nilai $r$ Product Moment.....	LVII-1
	Tabel Distribusi Normal.....	LVII-2