

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Penelitian	I-1
I.2 Rumusan Masalah	I-2
I.3 Tujuan Penelitian	I-2
I.4 Perumusan Masalah	I-2
I.5 Sistematika Penulisan.....	I-2
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1 Pemasaran Industri.....	II-1
II.1.1 Konsep Inti Pemasaran	II-1
II.1.2 Strategi Pemasaran.....	II-2
II.1.2.1 Bauran Pemasaran.....	II-3
II.1.2.2 Target Market Dan Segmentasi Pasar	II-3
II.1.2.3 Strategi Pemasaran Alternatif Berorientasi Produk Dan Pasar	II-4
II.1.3 Riset Pemasaran	II-5
II.2 Menguji Kuesioner Penelitian	II-8
II.2.1 Uji Validitas Kuesioner	II-8
II.2.2 Uji Realibilitas Kuesioner.....	II-9
II.2.3 Metode Tabulasi Silang.....	II-9
II.2.4 Analisis Faktor.....	II-11
II.2.4.1 Matriks Korelasi.....	II-13
II.2.4.2 Ekstrasi Faktor.....	II-14
II.2.4.3 Rotasi Faktor	II-14

II.2.5 Skala Multidimensional.....	II-15
II.2.5.1 Metode Euclidean.....	II-16
II.2.5.2 Skala Multidimensional Metrik.....	II-18
II.2.5.3 Skala Multidimensional Non-Metrik.....	II-18
II.3 Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT.....	II-20
 BAB III METOTELOGI PENELITIAN	
III. 1 Studi Pustaka.....	III-1
III. 2 Penentuan Topik Penelitian.....	III-1
III. 3 Studi Pendahuluan.....	III-1
III. 4 Tujuan Penelitian.....	III-3
III. 5 Studi Pustaka Lanjutan.....	III-3
III. 6 Identifikasi Metode Analisis.....	III-3
III. 7 Identifikasi Sampel Penelitian.....	III-3
III. 8 Pengumpulan Data.....	III-4
III. 9 Analisis Data.....	III-5
III.10 Analisis SWOT.....	III-6
III.11 Analisis Hasil.....	III-6
III.12 Kesimpulan Dan Saran.....	III-7
 BAB IV PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA	
IV.1 Pengumpulan Data.....	IV-1
IV.1.1 Data Umum Perusahaan.....	IV-1
IV.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	IV-1
IV.1.1.2 Lokasi Perusahaan.....	IV-1
IV.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	IV-2
IV.1.2 Hasil Kuesioner.....	IV-3
IV.1.2.1 Data Umum Responden.....	IV-3
IV.1.2.2 Preferensi Konsumen Terhadap Perumahan.....	IV-4
IV.1.2.3 Urutan Rangka Perumahan.....	IV-4
IV.2 Analisis Data.....	IV-4
IV.2.1 Uji Kecukupan Data.....	IV-4
IV.2.2 Uji Validitas.....	IV-5
IV.2.3 Uji Reliabilitas.....	IV-7
IV.2.4 Analisis Data Tabulasi Silang.....	IV-8
IV.2.5 Analisis Data Atribut Kompleks Perumahan.....	IV-8
IV.2.6 Analisis Data Pemetaan Posisi.....	IV-12
 BAB V ANALISIS PERMASALAHAN	
V.1 Analisis Tabulasi Silang.....	V-1
V.2 Analisis Faktor.....	V-3
V.3 Analisis Peta Posisi Dan Atribut Kompleks Perumahan.....	V-7
V.4 Analisis Rentang Harga Kompleks Perumahan.....	V-9
V.5 Analisis SWOT.....	V-10
V.5.1 Identifikasi Kekuatan (<i>Strength</i>).....	V-11

V.5.2 Identifikasi Kelemahan (<i>Weakness</i>)	V-12
V.5.3 Identifikasi Peluang (<i>Opportunity</i>).....	V-13
V.5.4 Identifikasi Ancaman (<i>Threat</i>)	V-13
V.6 Usulan Strategi Pemasaran	V-14
V.6.1 Usulan Pasar Sasaran (<i>Target Market</i>).....	V-14
V.6.2 Usulan Konsep Strategi Pemasaran.....	V-14
V.6.3 Usulan Dari Segi Produk (<i>Product</i>)	V-15
V.6.4 Usulan Dari Segi Harga (<i>Price</i>)	V-16
V.6.5 Usulan Dari Segi Distribusi (<i>Place</i>).....	V-16
V.6.6 Usulan Dari Segi Promosi (<i>Promotion</i>)	V-16

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan.....	VI-1
VI.2 Saran.....	VI-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran.....	II-1
Gambar 2.2	Hubungan Target Market Dengan Segmentasi Pasar.....	II-4
Gambar 2.3	Bagan Strategi Berorientasi Produk Dan Pasar.....	II-5
Gambar 2.4	Jarak Euclidean.....	II-17
Gambar 3.1	Kerangka Metodologi Penelitian.....	III-2
Gambar 4.1	Denah Lokasi PT Multi Decorima Utama.....	IV-1
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Multi Decorima Utama.....	IV-2
Gambar 5.1	Peta Posisi Dan Atribut Kompleks Perumahan.....	V-7
Gambar 5.2	Persentase Pemilihan Rentang Harga Kompleks Perumahan.....	V-10

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabulasi Silang Berdasarkan Variabel Segmen Tertentu	II-10
Tabel 2.2	Matriks Analisis SWOT.....	II-21
Tabel 3.1	Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Nama Kompleks Perumahan Dan Jumlah Sampel	III-5
Tabel 4.1	Pembagian Kuesioner	IV-3
Tabel 4.2	Angka Korelasi Dari Uji Validitas Kuesioner Penelitian Bagian II	IV-5
Tabel 4.3	Angka Korelasi Setelah Dikoreksi Untuk Kuesioner Penelitian Bagian II	IV-6
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Pengukuran Preferensi Bagian II.....	IV-7
Tabel 4.5	Matriks Korelasi	IV-9
Tabel 4.6	Total Variance Explained	IV-10
Tabel 4.7	Matriks Faktor.....	IV-11
Tabel 4.8	Matriks Rotasi Faktor	IV-12
Tabel 4.9	Data Mentah Rata-Rata Penelitian Responden Dari Kuesioner Penelitian Bagian III.....	IV-13
Tabel 4.10	Perhitungan S-Stress, Improvement, Dan Jumlah Iterasi	IV-15
Tabel 4.11	Koordinat Stimulus.....	IV-16
Tabel 5.1	Profil Segmen Pasar Kompleks Perumahan	V-2
Tabel 5.2	Faktor I.....	V-4
Tabel 5.3	Faktor II	V-5
Tabel 5.4	Faktor III.....	V-6
Tabel 6.1	Usulan Strategi SWOT	V-18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian	L-1
Lampiran B	Data Umum Konsumen Penelitian Bagian I	L-6
Lampiran C	Data Preferensi Konsumen Terhadap Perumahan.....	L-9
Lampiran D	Data Urutan Rangking Perumahan Menurut Konsumen.....	L-11
Lampiran E	Tabel Perhitungan Y^2 Uji Validitas Preferensi Konsumen ..	L-15
Lampiran F	Tabel Perhitungan X^2 Uji Validitas.....	L-17
Lampiran G	Tabel Perhitungan XY Dan Korelasi.....	L-19
Lampiran H	Angka Korelasi Dari Uji Validitas dan Angka Korelasi Setelah Dikoreksi	L-21
Lampiran I	Reliability Kuesioner Bagian II.....	L-22
Lampiran J	Hasil Tabulasi Silang.....	L-23
Lampiran K	Hasil Analisis Faktor	L-34
Lampiran L	Hasil Multidimensional Scalling Non-Metrik.....	L-37
Lampiran M	Nilai-Nilai r Product Moment	L-41
Lampiran N	Tabel Distribusi Normal.....	L-42