

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan Tugas Akhir .....	ii
Halaman Persembahan .....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	v

### **BAB I    PENDAHULUAN**

I.1	Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2	Perumusan Masalah .....	I-2
I.3	Pembatasan Masalah .....	I-2
I.4	Tujuan Penelitian .....	I-2
I.5	Sistematika Laporan .....	I-3

### **BAB II    LANDASAN TEORI**

II.1	Pemasaran .....	II-1
	II.1.1 Pengertian Pemasaran .....	II-1
	II.1.2 Peranan Pemasaran .....	II-4
II.2	Pasar .....	II-7
	II.2.1 Model Prilaku Konsumen .....	II-8
	II.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Pembelian Konsumen .....	II-9
II.3	Segmen Pasar .....	II-12
	II.3.1 Segmentasi Pasar .....	II-12
	II.3.2 Pola Segmentasi Pasar .....	II-14
	II.3.3 Prosedur Segmentasi Pasar .....	II-15
II.4	Pengertian dan Tujuan Promosi .....	II-16
	II.4.1 Pengertian Promosi .....	II-16
	II.4.2 Tujuan Promosi .....	II-17
II.5	Teknik Sampling .....	II-19
II.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	II-20
	II.6.1 Pengujian Validitas .....	II-20
	II.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	II-21
II.7	Uji Kecukupan Data .....	II-22
II.8	Analisis Korespondensi .....	II-22

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

III.1	Penentuan Topik Penelitian .....	III-1
III.2	Studi Pendahuluan .....	III-1
III.3	Tujuan Penelitian .....	III-3
III.4	Studi Pustaka .....	III-3
III.5	Identifikasi Metode Analisis .....	III-3
III.6	Identifikasi Sampel Penelitian .....	III-3
III.7	Penyusunan Kisioner .....	III-3
III.8	Pengumpulan Data .....	III-4
III.9	Pengolahan Data .....	III-4
III.10	Analisis Data .....	III-5
III.11	Kesimpulan dan Saran .....	III-5

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

IV.1	Data Umum Perusahaan .....	IV-1
	IV.1.1 Keadaan Objek Penelitian .....	IV-1
	IV.1.2 Lokasi Perusahaan .....	IV-1
	IV.1.3 Stuktur Organisasi .....	IV-2
IV.2	Data Kuisisioner .....	IV-7
IV.3	Uji Keandalan Alat Ukur dan Kecukupan Data .....	IV-8
	IV.3.1 Uji Validasi .....	IV-8
	IV.3.2 Uji Reliabilitas .....	IV-12
	IV.3.3 Uji Kecukupan Data .....	IV-13
IV.4	Pengolahan Data .....	IV-13
	IV.4.1 Analisa Cluster .....	IV-13
IV.5	Analisis Faktor .....	IV-16
IV.6	Analisis Korespondensi .....	IV-18
IV.7	Market Share .....	IV-25

### **BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN**

V.1	Analisis Segmentasi dan Faktor Daya Tarik Pasar Swalayan .....	V-1
V.2	Analisis Posisi Pasar Swalayan .....	V-2
V.3	Analisis Tingkat Penjualan Pasar Swalayan .....	V-3

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

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

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran .....	II-4
Gambar 2.2. Sistem Pemasaran Sederhana .....	II-8
Gambar 2.3. Model Prilaku Pembeli .....	II-9
Gambar 2.4. Tahapan Segmentasi Pasar .....	II-13
Gambar 3.1. Diagram Aliran Proses Penyelesaian Masalah .....	III-2
Gambar 4.1. Denah Lokasi Pasar Swalayan Matahari .....	IV-2
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	IV-5
Gambar 4.3. Posisi Variabel-variabel Pasar Swalayan .....	IV-20
Gambar 4.4. Posisi Pasar Swalayan .....	IV-23
Gambar 4.5. Peta Gabungan Posisi Variabel dan Pasar Swalayan .....	IV-24
Gambar 4.6. Diagram Persentase Preferensi Konsumen Terhadap Pasar Swalayan .....	IV-26
Gambar 4.7. Peta Posisi Pasar Swalayan Terhadap Penjualan .....	IV-28

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Validasi Tingkat Kepentingan .....	IV-9
Tabel 4.2. Validasi terhadap Tingkat Kepuasan Matahari .....	IV-9
Tabel 4.3. Validasi terhadap Tingkat Kepuasan DIKA .....	IV-10
Tabel 4.4. Validasi terhadap Tingkat Kepuasan Ramayana .....	IV-10
Tabel 4.5. Validasi terhadap Tingkat Kepuasan JM Plaza .....	IV-11
Tabel 4.6. Validasi terhadap Tingkat Kepuasan Gaya Baru .....	IV-11
Tabel 4.7. Hasil Analisis Segmentasi .....	IV-14
Tabel 4.8. Variabel-Variabel yang mempengaruhi konsumen Pada Segmen I .....	IV-16
Tabel 4.9. Variabel-Variabel yang mempengaruhi konsumen Pada Segmen II.....	IV-17
Tabel 4.10. Variabel-Variabel yang mempengaruhi konsumen Pada Segmen III.....	IV-17
Tabel 4.11. Variabel-Variabel yang mempengaruhi konsumen Pada Segmen IV.....	IV-18
Tabel 4.12. Jumlah Responden Yang Merasa Puas .....	IV-19
Tabel 4.13. Koordinat Posisi Variabel-variabel Pasar Swalayan .....	IV-19
Tabel 4.14. Koordinat Posisi Pasar Swalayan .....	IV-22
Tabel 4.15. Hasil Preferensi Konsumen Terhadap Pasar Swalayan .....	IV-25
Tabel 4.16. Data Penjualan Pasar Swalayan .....	IV-27
Tabel 5.1. Profil Segmen Konsumen Pasar Swalayan .....	V-1