

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| PRAKATA..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Tugas Akhir..... | 4 |
| 1.4 Kontribusi Tugas Akhir | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Pemasaran..... | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran..... | 6 |
| 2.1.2 Strategi Pemasaran | 6 |
| 2.2 Segmentasi pasar..... | 7 |
| 2.2.1 Pengertian Segmentasi Pasar | 7 |
| 2.2.2 Peran Segmentasi | 7 |
| 2.2.3 Segmentasi Geografis | 7 |
| 2.2.4 Segmentasi Demografis..... | 8 |
| 2.2.5 Segmentasi Psikografis..... | 10 |
| 2.3 Riset Pemasaran..... | 11 |
| 2.3.1 Pengertian Riset Pemasaran..... | 11 |
| 2.4. Preferensi konsumen..... | 11 |
| 2.4.1 Pengertian Preferensi Konsumen | 11 |
| 2.5. Bauran pemasaran | 11 |
| 2.5.1 Pengertian Bauran Pemasaran | 11 |
| 2.6 Produk..... | 11 |
| 2.6.1 Keanekaragaman Produk..... | 12 |
| 2.6.2 Kualitas Produk | 12 |
| 2.6.3 Merek | 14 |
| 2.6.4 Penyediaan/Kontinuitas | 14 |
| 2.6.5 Pelayanan..... | 15 |

| | |
|--|-----------|
| 2.7 Harga | 15 |
| 2.7.1 Informasi Harga..... | 15 |
| 2.7.2 Fluktuasi Harga | 16 |
| 2.7.3 <i>Pricing Strategy</i> | 16 |
| 2.8 Tempat | 17 |
| 2.9 Promosi..... | 17 |
| 2.10 Kerangka pikir | 17 |
| BAB III METODOLOGI..... | 18 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian..... | 18 |
| 3.2 Jenis Penelitian..... | 18 |
| 3.3 Responden Penelitian..... | 18 |
| 3.3.1 Populasi Penelitian..... | 18 |
| 3.3.2 Sampel Penelitian | 19 |
| 3.4 Sumber Data | 19 |
| 3.4.1 Data Primer | 19 |
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 20 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 20 |
| 3.6 Variabel Penelitian..... | 21 |
| 3.6.1 Segmentasi Pasar Geografis..... | 21 |
| 3.6.2 Segmentasi Pasar Demografis | 21 |
| 3.6.3 Segmentasi Pasar Psikografis | 21 |
| 3.6.4 Bauran Pemasaran Produk | 22 |
| 3.6.5 Bauran Pemasaran Harga | 22 |
| 3.7 Metode analisis data..... | 22 |
| 3.8 Penarikan Kesimpulan..... | 23 |
| BAB IV DESAIN DAN SISTEM | 24 |
| 4.1. Keadaan Umum Obyek Penelitian | 24 |
| 4.1.1 Sejarah Tante Sayur..... | 24 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Tante Sayur..... | 25 |
| 4.1.3 Logo Tante Sayur..... | 26 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan..... | 26 |
| 4.2. Keadaan Awal sistem atau produk Tante Sayur | 28 |
| 4.2.1 Produk | 28 |
| 4.2.2 Harga..... | 32 |

| | |
|--|----|
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 5.1. Proses Pengumpulan Data dan Analisa Data | 33 |
| 5.1.1 Penyebaran Kuesioner | 33 |
| 5.1.2 Tabulasi Data | 34 |
| 5.1.3 Analisa Data..... | 35 |
| 5.2 Profil Responden dan Segmentasi Pasar | 36 |
| 5.2.1 Segmentasi Geografis | 36 |
| 5.2.1.1 Lokasi..... | 36 |
| 5.2.2 Segmentasi Demografis..... | 36 |
| 5.2.3 Segmentasi Psikografis..... | 43 |
| 5.3 Produk..... | 47 |
| 5.3.1 Keanekaragaman Produk..... | 47 |
| 5.3.2 Kualitas Produk | 48 |
| 5.3.3 Merek | 51 |
| 5.3.4 Kontinuitas/Penyediaan | 51 |
| 5.3.5 Kualitas Pelayanan..... | 52 |
| 5.4. Harga..... | 54 |
| 5.4.1 Informasi Harga..... | 54 |
| 5.4.2 Fluktuasi Harga | 55 |
| 5.4.3 <i>Pricing Strategy</i> | 56 |
| 5.4.4 Metode Pembayaran (<i>Payment Term</i>)..... | 57 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 59 |
| 6.1. Kesimpulan | 59 |
| 6.2. Saran | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN..... | 66 |
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Tante Sayur..... | 66 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Non Konsumen Tante Sayur..... | 71 |
| Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian..... | 76 |
| Lampiran 4. Hasil Kuesioner | 77 |
| Lampiran 5. Tahapan Pengolahan | 83 |
| Lampiran 6. Luaran Penelitian..... | 90 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Lokasi Pengambilan Data dari Responden | 36 |
| Tabel 2. Jenis Kelamin Responden | 37 |
| Tabel 3. Umur Responden | 38 |
| Tabel 4. Pendidikan Terakhir Responden | 39 |
| Tabel 5. Pekerjaan Responden | 40 |
| Tabel 6. Pendapatan Responden | 41 |
| Tabel 7. Status Pernikahan Responden..... | 42 |
| Tabel 8. Jumlah Anggota Keluarga Responden | 42 |
| Tabel 9. Gaya hidup Responden | 43 |
| Tabel 10. Motivasi Responden untuk Membeli Sayur..... | 44 |
| Tabel 11. Kesukaan Belanja Responden..... | 45 |
| Tabel 12. Frekuensi Kegiatan Belanja Responden..... | 46 |
| Tabel 13. Variasi sayuran..... | 47 |
| Tabel 14. Jumlah jenis sayuran..... | 48 |
| Tabel 15. Kualitas Produk | 49 |
| Tabel 16. Desain kemasan | 50 |
| Tabel 17. Merek..... | 51 |
| Tabel 18. Kontinuitas | 51 |
| Tabel 19. Kualitas Pelayanan | 53 |
| Tabel 20. Informasi harga..... | 54 |
| Tabel 21. Fluktuasi harga | 55 |
| Tabel 22. Persepsi harga sayuran | 56 |
| Tabel 23. Metode Pembayaran..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Data Volume Penjualan Tante Sayur Tahun 2019, 2020 dan 2021 | 2 |
| Gambar 2. Kerangka Pikir | 17 |
| Gambar 3. Logo Tante Sayur | 26 |
| Gambar 4. Struktur Organisasi Tante Sayur | 27 |
| Gambar 5. Produk Tante Sayur..... | 29 |
| Gambar 6. Kemasan Produk Tante Sayur | 31 |
| Gambar 7. Biaya Pengiriman dengan belanja Rp100.000 | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Tante Sayur | 66 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Non Konsumen Tante Sayur | 71 |
| Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian..... | 76 |
| Lampiran 4. Hasil Kuesioner | 77 |
| Lampiran 5. Tahapan Pengolahan | 90 |
| Lampiran 6. Luaran Penelitian | 92 |