

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Tugas Akhir	5
1.4 Kontribusi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Tujuan Kegiatan Pemasaran	8
2.3 Penjualan	8
2.4. Bauran pemasaran	8
2.4.1. Produk (<i>Product</i>).....	9
2.4.2. Harga (<i>Price</i>)	10
2.4.3. Tempat (<i>Place</i>)	10
2.4.4. Promosi (<i>Promotion</i>)	11
2.5. Preferensi Konsumen.....	12
2.6. Perilaku Konsumen	13
2.7. Kerangka Berpikir	14
BAB III METODOLOGI	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2. Jenis Penelitian	15
3.3. Sumber Data	15
3.3.1. Data Primer.....	15
3.3.2. Data Sekunder	15
3.3.3. Variabel dan Batasan.....	16
3.4. Metode Penentuan Responden dan Pengumpulan Data	16
3.4.1. Wawancara (Interview)	17
3.4.2. Dokumentasi.....	17

3.5. Pengumpulan Data.....	17
3.6. Metode Analisis	18
BAB IV DESAIN DAN SISTEM	19
4.1. PT Bestani Agro Sejahtera	19
4.1.2. Toko/Kios Ritel	19
4.1.2.1. UD Bintang Tani.....	19
4.2.2. CV Anastasya	20
4.2.3. UD Gelora Tani.....	20
4.2.4. UD Kurnia Tani Jaya.....	21
4.2.5. CV Mitra Tani.....	21
4.2.6. UD Sumbare Rezeki	22
4.3. Herbisida Round Up dan Penta Up.....	22
4.4. <i>Price</i>	25
4.4.1. Harga Distributor-Toko/Kios Ritel	25
4.4.2. Harga Toko/Kios Ritel-Petani.....	26
4.5. <i>Place</i>	26
4.6. <i>Promotion</i>	26
4.6.1. PT Bestani Agro Sejahtera	26
4.6.2. Toko/Kios Ritel.....	26
4.7. Petani Sebagai Responden Penelitian	26
BAB V. PENGUJIAN DAN ANALISA	28
5.1. Proses Pengumpulan Data Analisa	28
5.1.1 Analisis Data	30
5.2. Profil Responden.....	31
5.2.1. Jenis Kelamin	31
5.2.2. Umur	31
5.2.3. Pengalaman Berusahatani.....	32
5.2.4. Luas Lahan	32
5.2.5. Jenis Komoditi Yang Ditanam Responden.....	33
5.3. Pengalaman Penggunaan Herbisida.....	34
5.3.1. Karakteristik Produk Herbisida.....	34
5.3.2. Perilaku membandingkan Produk Herbisida	34
5.3.3. Pengenalan Responden Atas Herbisida	35
5.3.4. Pengalaman Penggunaan Herbisida	35

5.3.5. Pengalaman atas Produk.....	36
5.2.7. Pengalaman Konsumen atas Produk Herbisida	47
5.2.8. Daya Saing Herbisida Penta-Up	53
5.2.9. Pengembangan Pemasaran Herbisida Penta-Up	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
6.1. Kesimpulan.....	57
6.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Herbisida Round Up dan Penta Up	3
Tabel 2. Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 3. Kelompok Umur Responden Petani	31
Tabel 4. Pengalaman Berusahatani Para Petani Responden (Tahun)	32
Tabel 5. Daya Bunuh Herbisida	49
Tabel 6. Kecepatan Waktu Bunuh Herbisida	50
Tabel 7. Identitas Responden	62
Tabel 8. Pengalaman Pengenalan Herbisida.....	62
Tabel 9. Pengalaman Penggunaan Herbisida	63
Tabel 10. Preferensi Konsumen Atas Herbisida	63
Tabel 11 Media Promosi Herbisida	64
Tabel 12. Alasan Membeli Herbisida	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	14
Gambar 2. Herbisida Round Up dalam Kemasan 200 ml	23
Gambar 3. Herbisida Round Up dalam Kemasan 1 Liter	23
Gambar 4. Herbisida Round Up dalam Kemasan 4 Liter	24
Gambar 5. Herbisida Round Up dalam Kemasan 20 Liter	24
Gambar 6. Herbisida Penta Up dalam Kemasan 500 ml - 20 liter.....	25
Gambar 7. Permohonan ijin kepada pihak PT Bestani Agro Sejahtera.....	28
Gambar 8. Berdiskusi dengan karyawan sales PT Bestani Agro Sejahtera....	28
Gambar 9. Pertemuan dengan pemilik toko ritel mitra PT Bestani Agro Sejahtera	29
Gambar 10. Wawancara dengan petani langsung di toko ritel.....	29
Gambar 11. Wawancara dengan petani langsung di lahan	30
Gambar 12. Kelompok Petani Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	33
Gambar 13. Jenis Komoditi yang Dibudidayakan oleh Petani Responden.	33
Gambar 14. Perilaku Membandingkan Produk Herbisida Sebelum Pembelian oleh Petani.....	34
Gambar 15. Tingkat Pengenalan Petani Terhadap Herbisida Round Up dan Penta Up.....	35
Gambar 16. Tingkat Intensitas Penggunaan Herbisida Petani.	36
Gambar 17. Preferensi Petani atas Efektivitas Daya Bunuh Herbisida Round Up dan Penta Up.	37
Gambar 18. Preferensi Petani Atas Efektivitas Kecepatan Bunuh Gulma Pada Herbisida Round Up dan Penta Up.....	38
Gambar 19. Preferensi Petani Terhadap Kemasan Herbisida	39
Gambar 20. Tingkat Pentingnya Informasi Produk Herbisida untuk Pengambilan Keputusan Pembelian Herbisida oleh Petani.	40
Gambar 21. Penilaian Pentingnya Petunjuk Penggunaan Produk Herbisida oleh Petani.....	41
Gambar 22. Pendapat Petani Tentang Harga Round Up dan Penta Up.....	42
Gambar 23. Penilaian Tingkat Kemudahan Memperoleh Herbisida Round Up dan Penta Up oleh Petani	43
Gambar 24. Penilaian Petani Terhadap Tingkat Pentingnya Demoplot Perusahaan.....	44
Gambar 25. Penilaian Petani Terhadap Pentingnya Promosi melalui Demoplot Petani.....	44
Gambar 26. Penilaian Petani Terhadap Pentingnya Promosi Melalui Sales Perusahaan.....	45
Gambar 27. Penilaian Petani Terhadap Pentingnya Promosi Melalui Brosur.	46
Gambar 28. Penilaian Petani Terhadap Pentingnya Promosi Melalui Spanduk	46
Gambar 29. Penilaian Petani Terhadap Tingkat Pentingnya Promosi Melalui YouTube	47

Gambar 30. Penilaian Petani Terhadap Pengalaman Atas Daya Bunuh Herbisida.....	48
Gambar 31. Penilaian Petani Terhadap Pengalaman Atas Kecepatan Waktu Bunuh Herbisida	50
Gambar 32. Penilaian Petani Terhadap Pengalaman Konsumen Atas Ketahanan Herbisida	51
Gambar 33. Penilaian Petani Terhadap Pengalaman Tentang Kemudahan Penggunaan Herbisida	52
Gambar 34. Penilaian Petani Terhadap Pengalaman Tentang Efisiensi Penggunaan Herbisida	52
Gambar 35. Daya Saing Herbisida Penta Up di Pasar Herbisida di Tiga Wilayah Penelitian.	53
Gambar 36. Perbandingan Hasil Penilaian Herbisida Round Up dan Penta Up dari Aspek Produk.....	54
Gambar 37. Perbandingan Hasil Penilaian Herbisida Round up dan Penta Up dari Aspek Promosi.....	55
Gambar 38. Penelitian Kota Binjai	67
Gambar 39. Penelitian Wilayah Deli Serdang	68
Gambar 40. Penelitian Wilayah Serdang Bedagai	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas	62
Lampiran 2. Pengalaman Tentang Herbisida.....	62
Lampiran 3. Media Promosi	64
Lampiran 4. Alasan Membeli Herbisida	66
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian	67
Lampiran 6. Rencana pemasaran Herbisida Penta Up. Error! Bookmark not defined.	