

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan	4
1.4. Kontribusi/ Manfaat	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tanaman Hias Marigold	5
2.2. Pemasaran.....	5
2.3. Bauran Pemasaran	6
2.4. Strategi Pemasaran	7
2.5. Segmentasi Pasar	8
2.6. Kerangka Pemikiran	10
BAB III. METODOLOGI	11
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	11
3.2. Jenis Penelitian	11
3.3. Tahapan Penelitian	11
3.4. Populasi dan Sampel	11
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	12
3.6. Pengumpulan Data	13
3.7. Variabel Operasional.....	14
3.8. Metode Analisis.....	14
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM	17
4.1. Keadaan Umum PT BUF	17
4.2. Keadaan Marigold	18
4.3. Keadaan Awal Strategi Pemasaran	19
4.4. Sistem Pemasaran dan Penjualan PT Bina Usaha Flora (BUF)	20
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
5.1. Faktor-Faktor Segmentasi Pasar Untuk Meningkatkan Penjualan	22
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	38
6.1. Kesimpulan	38

6.2. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Produksi PT BUF	2
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	14
Tabel 3. 2 Skor dan Rentang Nilai	15
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin	22
Tabel 5. 2 Usia	22
Tabel 5. 3 Pendidikan.....	23
Tabel 5. 4 Pekerjaan	23
Tabel 5. 5 Pendapatan	24
Tabel 5. 6 Penggunaan Marigold	25
Tabel 5. 7 Frekuensi Penggunaan Marigold.....	26
Tabel 5. 8 Intensitas Keterjangkauan Lokasi.....	27
Tabel 5. 11 Produk Pengganti.....	33
Tabel 5. 12 Faktor Penentu Pembelian Produk Pengganti.....	33
Tabel 5. 13 Harga Dalam Polybag	33
Tabel 5. 14 Harga Marigold Dalam Pot	34
Tabel 5. 15 Sumber Informasi	35
Tabel 5. 16 Cara Pembelian Marigold	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	10
Gambar 2 Marigold Sebelum Muncul Kuncup Bunga.....	18
Gambar 3 Marigold Setelah Berbunga	19
Gambar 4 Intensitas Pendapat Responden Terhadap Penggunaan Marigold	25
Gambar 5 Intensitas Ketertarikan Terhadap Warna Marigold	28
Gambar 6 Intensitas Ketertarikan Terhadap Pengemasan	29
Gambar 7 Ketertarikan Terhadap Wadah Marigold.....	30
Gambar 8 Intensitas Alasan Pembelian Marigold Berdasarkan Karakteristik Produk ...	31
Gambar 9 Faktor Penentu Pembelian Marigold	32
Gambar 10 Frekuensi Pembelian Marigold di Lokasi Berbeda	36