

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Tugas Akhir	4
1.4 Kontribusi/ Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 Strategi Pemasaran.....	5
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	5
2.2.2 Komponen Strategi Pemasaran	6
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.3.2 Elemen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.4.2 Tahapan Keputusan Pembelian	14
2.5 Preferensi Konsumen.....	15
2.5.1 Pengertian Preferensi Konsumen.....	15
2.6 Penjualan	15
2.6.1 Pengertian Penjualan	15
2.7 Kerangka Pikir.....	16
BAB III. METODOLOGI	17
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Populasi dan Sampel	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel	18

3.4 Data.....	18
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	18
3.5 Teknik Pengumpulan Data	19
3.6 Variabel Penelitian	19
3.7 Metode/ Teknik Analisis Data	20
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM	22
4.1 Keadaan Umum Obyek Penelitian	22
4.1.1 Gambaran umum.....	22
4.1.2 Logo	23
4.1.3 Visi dan Misi	23
4.1.4 Struktur Organisasi.....	23
4.2 Keadaan Awal Sistem atau Produk	25
4.2.1 Tempat	25
4.2.2 Promosi	26
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
5.1 Profil Responden Penelitian	27
5.2 Segmentasi Konsumen Tante Sayur.....	29
5.2.1 Geografis.....	29
5.2.2 Demografis	30
5.2.2.1 Jenis Kelamin	30
5.2.2.2 Umur.....	30
5.2.2.3 Pendidikan Terakhir.....	31
5.2.2.4 Pekerjaan	32
5.2.2.5 Pendapatan	33
5.2.2.6 Status Pernikahan	34
5.2.2.7 Jumlah Anggota Keluarga	35
5.2.3 Psikografis.....	36
5.2.3.1 Gaya hidup	36
5.2.3.2 Motivasi	36
5.3 Tempat	39
5.3.1 Tempat Alternatif Pembelian	39
5.3.2 Keterjangkauan	40
5.4 Promosi	42
5.4.1 Alasan Pembelian.....	42
5.4.2 Isi Pesan Promosi.....	42

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
6.1 Kesimpulan	44
6.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah konsumen Tante Sayur tahun 2019 - 2021	1
Gambar 2. Grafik Survei PowerReviews Tahun 2020 - 2021	2
Gambar 3. Grafik Survei JakPat Tahun 2022	3
Gambar 4. Kerangka Pikir	16
Gambar 5. Logo Tante Sayur	23
Gambar 6. Struktur Organisasi	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variabel Penelitian.....	19
Tabel 2. Profil Responden Penelitian	27
Tabel 3. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Lokasi Tinggal	29
Tabel 4. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 5. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Umur.....	31
Tabel 6. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	32
Tabel 7. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 8. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel 9. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan	35
Tabel 10. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	35
Tabel 11. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Gaya Hidup.....	36
Tabel 12. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Motivasi	37
Tabel 13. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Kesukaan Belanja Online	37
Tabel 14. Segmentasi Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja Sayur	38
Tabel 15. Bauran Pemasaran Tempat Alternatif Pembelian Online	39
Tabel 16. Bauran Pemasaran Tempat Alternatif Pembelian Offline	39
Tabel 17. Bauran Pemasaran Tempat Motivasi Belanja Di Tempat Lain	40
Tabel 18. Bauran Pemasaran Tempat Akses	40
Tabel 19. Bauran Pemasaran Tempat Lokasi Belanja	41
Tabel 20. Bauran Pemasaran Promosi Alasan Pembelian Konsumen Tante Sayur dan Non-Konsumen	42
Tabel 21. Bauran Pemasaran Promosi Isi Pesan Promosi Layanan Belanja Tante Sayur	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Konsumen Tante Sayur	51
Lampiran 2. Kuesioner Non-Konsumen Tante Sayur	56
Lampiran 3. Hasil Respon Kuesioner	61
Lampiran 4. Contoh Pengolahan Data Alternatif Tempat Belanja dan Keterjangkauan	66
Lampiran 5. Tampilan Media Sosial dan Marketplace	68
Lampiran 6. Contoh postingan Instagram @tantesayur	71
Lampiran 7. Luaran Penelitian.....	72