

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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
2.2. Strategi Pemasaran.....	6
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	6
2.2.2. Komponen Strategi Pemasaran.....	6
2.2.2.1. Segmentasi Pasar.....	6
2.2.2.2. Penentuan Target Pasar.....	6
2.2.2.3. Penentuan Posisi Pasar.....	7
2.3. Bauran Pemasaran.....	7
2.3.1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
2.3.2. Aspek Bauran Pemasaran.....	7
2.3.2.1. Produk (<i>Product</i>).....	7
2.3.2.1.1. Variasi Produk.....	8
2.3.2.1.2. Kualitas Produk.....	8
2.3.2.1.3. Desain Kemasan.....	8
2.3.2.1.4. Citra Merek.....	8
2.3.2.1.5. Sistem Pemesanan.....	8
2.3.2.2. Harga (<i>Price</i>).....	8
2.3.2.2.1. Informasi Harga.....	9
2.3.2.2.2. Diskon Harga.....	9

2.3.2.3. Promosi (Promotion).....	9
2.3.2.3.1. Sumber Informasi.....	9
2.3.2.3.2. Bentuk Promosi.....	10
2.3.2.4. Place (Tempat).....	10
2.3.2.4.1. Frekuensi Pembelian	10
2.4. Segmentasi Pasar	10
2.5. Konsumen	10
2.6. Preferensi Konsumen	11
2.7. Kerangka Berpikir	12
BAB III. METODOLOGI	13
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	13
3.2. Jenis Penelitian.....	13
3.3. Jenis Data.....	13
3.4. Populasi dan Sampel.....	13
3.4.1. Populasi.....	13
3.4.2. Sampel	14
3.5. Pengumpulan Data	14
3.6. Tahapan Penelitian.....	14
3.7. Metode Analisis	15
3.7.1. Menganalisis Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Celosia	15
3.7.2. Menentukan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Celosia	15
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM	16
4.1. Keadaan Umum Obyek Penelitian	16
4.1.1. Sejarah Perusahaan	16
4.1.2. Keadaan Umum Perusahaan.....	16
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	17
4.2. Keadaan Celosia	17
4.3. Keadaan Awal Sistem atau Produk.....	18
4.3.1. Produk	18
4.3.2. Harga.....	19
4.3.3. Promosi	19
4.3.4. Tempat	20
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21

5.1.	Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Celosia	21
5.1.1.	Lokasi	21
5.1.2.	Jenis Kelamin	21
5.1.3.	Usia	22
5.1.4.	Tingkat Pendidikan	22
5.1.5.	Jenis Usaha	23
5.1.6.	Pendapatan	23
5.1.7.	Status Pernikahan	24
5.1.8.	Jumlah Anggota Keluarga.....	24
5.1.9.	Gaya Hidup.....	25
5.2.	Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Celosia	25
5.2.1.	Produk	25
5.2.2.	Harga.....	27
5.2.3.	Promosi	28
5.2.4.	Tempat	30
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....		31
6.1.	Kesimpulan.....	31
6.2.	Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....		33
LAMPIRAN		39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Bunga PT BUF 2023	1
Tabel 1.2. Data Penjualan Celosia PT BUF	3
Tabel 3.1. Skor dan Rentang Nilai	15
Tabel 5.1. Lokasi Responden	21
Tabel 5.2. Jenis Kelamin Responden.....	22
Tabel 5.3. Usia Responden.....	22
Tabel 5.4. Tingkat Pendidikan Responden.....	23
Tabel 5.5. Jenis Usaha Responden	23
Tabel 5.6. Pendapatan Responden.....	24
Tabel 5.7. Status Pernikahan.....	24
Tabel 5.8. Jumlah Anggota Keluarga	25
Tabel 5.9. Minat Responden dalam Menanam Bunga.....	25
Tabel 5.10. Tingkat Kepentingan celosia	26
Tabel 5.11. Atribut Produk	27
Tabel 5.12. Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Celosia	28
Tabel 5.13. Harga Pembelian	28
Tabel 5.14. Bentuk Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	29
Tabel 5.15. Penyampaian Produk Kepada Konsumen	29
Tabel 5.16. Frekuensi Responden dalam Membeli Celosia PT BUF Selama Sebulan .	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Warna dan Bentuk Celosia.....	2
Gambar 1.2. Lokasi produksi celosia PT BUF.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	12
Gambar 4.1. Pindah Tanam Celosia	17
Gambar 4.2. Celosia Siap Jual	18
Gambar 4.3. Jenis Celosia A. Merah Daun Merah, B. Merah Daun Hijau, C. Merah Api, D. Kuning, E. Ungu, F. Merah Jambu, G. Orange	19
Gambar 4.4. PT Bina Usaha Flora	20