

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	9
I.4 Manfaat Penelitian.....	10
I.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1 Manajemen Pemasaran.....	12
II.2 Positioning.....	12
II.3 Multidimensional Scaling (MDS)	13
II.4 Perceptual Mapping.....	14
II.5 Metode Pembandingan pada positioning	15
II.6 Atribut Produk.....	16
II.6.1 Identifikasi Atribut	17

II.7 Analisis SWOT.....	22
II.7.1 Matriks SWOT	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
III.1 Sistematika Perancangan.....	24
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	26
III.1.2 Tahapan Perancangan.....	26
III.1.3 Analisis Rekomendasi dan Metode Evaluasi	30
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	30
III.3 Identifikasi komponen terintegrasi.....	31
BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN	32
IV.1 Deskripsi Data.....	32
IV.1.1 Identifikasi <i>Brand</i> Kue Kering.....	32
IV.2 Atribut Brand Kue Kering	33
IV.2.1 Pengumpulan Data	34
IV.3 Pengolahan Data	34
IV.3.1 Pengolahan Data Kuesioner	34
IV.3.2 Pengolahan Data Menggunakan Metode MDS	34
IV.3.3 Analisis Perceptual Mapping	35
IV.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas hasil Perceptual Mapping	37
IV.4 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Terhadap <i>Brand</i> Kue Kering	38
IV.4.1 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut <i>Brand Reputation</i>	38
IV.4.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Tekstur Produk.....	39
IV.4.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Berat Bersih Produk	39
IV.4.4 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Variasi Produk.....	40
IV.4.5 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Kandungan Bahan	41
IV.4.6 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Harga Produk	42

IV.4.7 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Promosi yang Menarik	42
IV.4.8 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Design Kemasan	43
IV.4.9 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Kualitas Pelayanan.....	44
IV.4.10 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Warna Produk	45
IV.4.11 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Rasa Produk	45
IV.5 Analisis Kondisi Persaingan	46
IV.5.1 Analisis Kondisi Persaingan pada Wilayah A	47
IV.5.2 Analisis Kondisi Persaingan pada Wilayah B	47
IV.5.3 Analisa Pesaing Terdekat.....	48
IV.6 Hasil Perancangan.....	48
IV.6.1 Positioning <i>Brand</i> Kue Kering Sisuka Cookies.....	48
IV.6.2 Hasil Rancangan	49
IV.7 Verifikasi Hasil Rancangan Perbaikan	55
BAB V ANALISIS	56
V.1 Validasi dan Verifikasi Hasil Rancangan.....	56
V.1.1 Verifikasi Hasil Rancangan.....	56
V.2 Evaluasi Rancangan Strategi Perbaikan Positioning.....	58
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	69
VI.1 Kesimpulan	69
VI.2 Saran	70
VI.2.1 Saran Untuk Sisuka Cookies.....	70
VI.2.2 Saran untuk Tugas Akhir Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73