

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR ISTILAH	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Pemasaran	9
II.1.1 Konsep Pemasaran	9
II.1.2 Etika Dalam Pemasaran	11
II.2 Preferensi Konsumen	11
II.1.1 Tiga Sifat Dasar Preferensi Konsumen	12

II.1.2 Membentuk Preferensi Konsumen.....	12
II.3 Produk	13
II.4 Atribut Produk.....	14
II.5 Metode – metode Analisis Multivariat.....	14
II.6 Conjoint Analysis.....	18
II.7 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODELOGI PENELITIAN	25
III.1 Model Konseptual	25
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	26
III.2.1 Tahap Pendahuluan	29
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	29
III.2.3 Identifikasi Atribut dan Taraf Atribut.....	29
III.2.4 Desain Kuisisioner	32
III.2.5 Kuisisioner Pre – Test.....	37
III.2.6 Penyebaran Kuisisioner	39
III.2.7 Pengumpulan Data Kuisisioner	40
III.2.8 Uji Reliabilitas	41
III.2.9 Pengolahan Data Kuisisioner Menggunakan <i>Conjoint</i>	41
III.2.10 Analisis Hasil Pengolahan Data	41
III.2.11 Alternatif Rekomendasi Atribut Sepatu	41
III.2.12 Kesimpulan dan Saran.....	42
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	43
IV.1 Kuisisioner Tahap Post-Test	43
IV.1.1 Uji Reliabilitas Kuisisioner Post – Test	43
IV.2 Pengolahan Data Kuisisioner	44

IV.2.1 Perhitungan Nilai Kegunaan Taraf Atribut.....	46
IV.2.2 Perhitungan Tingkat Kepentingan Atribut.....	47
IV.2.3 Hasil <i>Plan Card</i> Terbaik.....	48
BAB V ANALISIS DATA.....	52
V.1 Analisis Karakteristik Responden.....	52
V.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Responden yang Pernah Mendengar Brand Geoff Max	52
V.1.2 Karakteristik responden berdasarkan rata-rata waktu membeli sepatu di dalam kurun waktu setahun.	53
V.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
V.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
V.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
IV.2 Analisis Data	57
V.2.1 Tingkat Kepentingan Masing – Masing Atribut	57
V.2.2 Analisis Nilai Utilitas Masing – Masing Atribut	58
V.2.3 Analisis Nilai Korelasi dan Signifikansi	62
V.3 Perbedaan antara Atribut Geoff Max dengan Preferensi Konsumen .	64
V.4 Perancangan Alternatif Rekomendasi Atribut Sepatu Geoff Max	64
V.4.1 Profil Alternatif Rekomendasi Usulan	65
V.4.2 Estimasi Perhitungan Biaya Alternatif Rekomendasi Usulan	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
VI.1 Kesimpulan	69
VI.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70