

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Aspek Teoritis	11
1.5.2 Aspek Praktis	11
1.6 Waktu dan Periode	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.2 Segmentasi	14
2.3 Segmentasi Psikografis	15
2.4 <i>Consumer Insight</i>	16
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian.....	31
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	31
3.5 Informan Kunci	32

3.6 Pengumpulan Data Penelitian	34
3.6.1 Data Primer	34
3.6.2 Data Sekunder	37
3.7 Teknik Analisis data.....	37
3.8 Teknik Keabsahan data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Karakteristik Informan	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Variable <i>See</i>	45
4.2.2 Variable <i>hear</i>	46
4.2.3 Variable Think & Feel	47
4.2.4 Variable <i>Say & Do</i>	49
4.2.5 Variabel <i>Pain</i>	51
4.2.6 Variabel <i>Gain</i>	53
4.3 Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Bagi PUCO Rooftop	64
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68