

## 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