



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
2 METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu	3
2.2 Metode Analisis	3
2.3 Perilaku Konsumen	4
2.4 Metode Penentuan Sampel	5
2.5 Metode Pengumpulan Data	5
2.6 Metode Pengolahan Data	6
2.7 Pemasaran dan Bauran Pemasaran	10
3 KERAGAAN PERUSAHAAN	12
3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	12
3.2 Struktur Organisasi dan Manajemen	13
3.3 Sumber Daya Perusahaan	14
3.4 Unit Bisnis	18
4 KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	26
4.1 Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	26
4.2 Karakteristik Umum Konsumen	42
4.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	42
4.4 Preferensi Konsumen	48
4.5 Implikasi Strategi Bauran Pemasaran	49
4.6 Analisis Finansial	51
5 SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58
RIWAYAT HIDUP	80



DAFTAR TABEL

1	Tabel SWOT	3
2	Variabel analisis dalam bauran pemasaran	7
3	Penggunaan bangunan pada CV. Madu Apiari Mutiara	15
4	Peralatan kantor CV. Madu Apiari Mutiara	15
5	Peralatan operasional permen CV. Madu Apiari Mutiara	16
6	Kendaraan operasional CV. Madu Apiari Mutiara	17
7	Sumber daya manusia CV. Madu Apiari Mutiara	17
8	Persentase jalur pemasaran CV. Madu Apiari Mutiara	25
9	Data impor madu Indonesia 2015-2019	26
10	Daftar pesaing CV. Madu Apiari Mutiara	29
11	Analisis faktor eksternal CV. Madu Apiari Mutiara	31
12	Nilai utilitas level atribut pada permen madu	48
13	Nilai kepentingan atribut permen madu	48
14	Nilai korelasi dan signifikan pada permen madu	49
15	Aliran penerimaan Permen Madu Hidayah	52
16	Analisis R/C Ratio	54



DAFTAR GAMBAR

1	Struktur organisasi CV. Madu Apiari Mutiara	13
2	Jalur proses produksi permen madu CV. Madu Apiari	21
3	Foto produk Permen Madu Hidayah	24
4	Rumusan ide pengembangan bisnis	41
5	Alasan konsumen membutuhkan permen madu	43
6	Asal konsumen memperoleh informasi permen madu	44
7	Informasi yang paling diperhatikan dan dipertimbangkan dalam membeli madu	45
8	Cara konsumen memutuskan pembelian permen madu	46
9	Tingkat kepuasan selama pembelian permen madu	47

DAFTAR LAMPIRAN

1	Matriks SWOT	58
2	Kuesioner pengonsumsi permen madu	59
3	Tabel karakteristik konsumen permen madu	67
4	Perilaku proses keputusan pembelian konsumen permen madu	69
5	Uji validitas dan uji reliabilitas	74
6	Biaya tetap sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	77
7	Biaya variabel sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	78
8	Laporan laba rugi	79