

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Batasan Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1. Profil PTPN XI Pabrik Gula .....	11

2.1.1. Pabrik Gula Djatiroto Kabupaten Lumajang .....	15
2.1.2. Pabrik Gula Semboro Kabupaten Jember .....	16
2.2. Menejemen Pemasaran .....	18
2.3. <i>Business-to-Business Marketing (B2B)</i> .....	20
2.4. <i>Marketing Mix</i> .....	21
2.5. Produk ( <i>Product</i> ) .....	24
2.6. Harga ( <i>Price</i> ) .....	30
2.7. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	37
2.8. Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	41
2.9. Perilaku Konsumen dalam Pembelian .....	42
2.10. Penelitian Relevan .....	44
<b>BAB III KERANGKA PEMIKIRAN OPERASIONAL</b> .....	46
3.1. Kerangka Pemikiran Operasional .....	46
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> .....	47
4.1. Jenis Penelitian .....	47
4.2. Definisi Operasional Variabel .....	49
4.3. Waktu dan Tempat Penelitian .....	53
4.4. Subyek Penelitian .....	54
4.4.1. Populasi .....	54
4.4.2. Sampel .....	54
4.5. Teknik Pengumpulan Data .....	57
4.5.1. Jenis dan Sumber Data .....	57

4.5.2. Prosedur Penelitian .....	59
4.5.2.1. Survei Agen dan Toko (Modern dan Tradisional) .....	59
4.5.2.2. Pengambilan Data .....	59
4.6. Teknik Analisis Data .....	59
4.6.1. Analisis Deskriptif .....	59
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
5.1. Profil Jumlah Pelanggan dan Omset Penjual Produk Gula Pasir .....	61
5.1.1. Jumlah Pelanggan Produk Gula di Toko, Minimarket, dan Agen .....	63
5.1.2. Omset Produk Gula di Toko, Minimarket, dan Agen .....	65
5.2. Persepsi Pelanggan Produk Gula Kabupaten Lumajang vs Jember ....	68
5.2.1. Pengalaman Penjual Gula dan Frekuensi Pembelian Gula .....	68
5.2.2. Berat dan Merek Gula yang Disukai Konsumen .....	70
5.2.3. Kondisi Gula yang Disukai Konsumen .....	74
5.2.4. Kemasan Gula yang Diharapkan Konsumen .....	77
5.3. Dinamika Persepsi Pelanggan Mengenai Produk Gula Perspektif Penjual Gula (Toko, Minimarket, dan Agen).....	82
5.4. Preferensi Konsumen Tentang Pentingnya Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi) .....	87
5.4.1. Produk .....	87
5.4.2. Harga .....	89
5.4.3. Promosi .....	91
5.4.4. Distribusi .....	93

5.5. Karakteristik Produk Gula Pasir Ditinjau Elemen Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi dalam Konsep <i>Business to Business</i> .....	94
5.5.1. Produk .....	94
5.5.1.1. Dimensi Merek .....	94
5.5.1.2. Dimensi Kualitas .....	96
5.5.1.3. Dimensi Model Kemasan .....	98
5.5.2. Harga .....	99
5.5.2.1. Dimensi Ukuran .....	99
5.5.2.2. Dimensi Pengaturan Harga .....	101
5.5.3. Promosi .....	103
5.5.3.1. Dimensi <i>Offline</i> .....	103
5.5.3.2. Dimensi <i>Online</i> .....	105
5.5.4. Distribusi .....	107
5.6. Karakteristik Produk Gula Pasir Baru yang Diinginkan Konsumen....	109
 BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....	112
6.1. Kesimpulan .....	112
6.2. Saran .....	114
6.3. Keterbatasan Penelitian .....	116
6.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	117
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Hubungan 4P – 4C.....	23
Gambar 2.2. <i>Marketing Mix</i> .....	24
Gambar 2.3. Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	24
Gambar 2.4. Hubungan Harga-Kualitas yang diperluas dengan Merk.....	37
Gambar 2.5. Model Perilaku Konsumen.....	43
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Operasional.....	46
Gambar 5.1. Data Pelanggan Kabupaten Lumajang dan Jember .....	63
Gambar 5.2. Omset Penjualan Produk Gula Lumajang dan Jember .....	65
Gambar 5.3. Pengalaman Pedagang Gula Kabupaten Lumajang dan Jember.....	69
Gambar 5.4. Frekuensi Pembelian Gula Kabupaten Lumajang dan Jember.....	69
Gambar 5.5. Berat Gula yang Sering Dibeli .....	71
Gambar 5.6. Merek Gula yang Disukai Konsumen.....	72
Gambar 5.7. Perlu Atau Tidak Merek Gula .....	73
Gambar 5.8. Kebersihan Gula yang Digemari Konsumen.....	74
Gambar 5.9. Butiran Gula yang Disukai Konsumen .....	75
Gambar 5.10. Aroma Gula yang Disukai Konsumen .....	76
Gambar 5.11. Kekuatan Kemasan Gula Di Lumajang dan Jember.....	78
Gambar 5.12. Bentuk Kemasan Gula Di Lumajang dan Jember .....	79
Gambar 5.13. Desain Kemasan Gula Di Lumajang dan Jember .....	80

Gambar 5.14. Persepsi Varian Kemasan Gula Menurut Konsumen .....	81
Gambar 5.15. Preferensi Konsumen Bauran Produk di Kabupaten Lumajang.....	88
Gambar 5.16. Preferensi Konsumen Bauran Produk di Kabupaten Jember .....	88
Gambar 5.17. Preferensi Konsumen Bauran Harga di Kabupaten Lumajang.....	90
Gambar 5.18. Preferensi Konsumen Bauran Harga di Kabupaten Jember .....	90
Gambar 5.19. Preferensi Konsumen Bauran Promosi di Kabupaten Lumajang.....	92
Gambar 5.20. Preferensi Konsumen Bauran Promosi di Kabupaten Jember .....	92
Gambar 5.21. Preferensi Konsumen Bauran Distribusi di Kabupaten Lumajang.....	93
Gambar 5.22. Preferensi Konsumen Bauran Distribusi di Kabupaten Jember .....	94



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Rincian Atribut Produk Gula dalam Penelitian.....	52
Tabel 4.2. Jumlah Sampel di Kabupaten Lumajang dan Jember .....	57
Tabel 5.1. Data Pelanggan di Kabupaten Lumajang .....	63
Tabel 5.2. Data Pelanggan di Kabupaten Jember .....	64
Tabel 5.3. Omset Penjualan Gula di Kabupaten Lumajang .....	66
Tabel 5.4. Omset Penjualan Gula di Kabupaten Jember.....	66
Tabel 5.5. Pengalaman Pedagang Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	66
Tabel 5.6. Frekuensi Pembelian Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	70
Tabel 5.7. Berat Gula yang Sering Dibeli di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	71
Tabel 5.8. Merek Gula yang Disukai di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	72
Tabel 5.9. Perlu Atau Tidak Merek Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	73
Tabel 5.10. Kebersihan Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember .....	75
Tabel 5.11. Butiran Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember .....	76
Tabel 5.12. Aroma Gula yang Disukai di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	77

Tabel 5.13. Kekuatan Kemasan Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	78
Tabel 5.14. Bentuk Kemasan Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember ..	79
Tabel 5.15. Desain Kemasan Gula di Kabupaten Lumajang dan Jember...	80
Tabel 5.16. Varian Berat Gula per Kemasan di Kabupaten Lumajang dan Jember.....	81
Tabel 5.17. Hasil Investigasi Penjual Gula Pasir di Kabupaten Lumajang.....	83
Tabel 5.18. Hasil Investigasi Penjual Gula Pasir di Kabupaten Jember.....	86
Tabel 5.19. Preferensi Konsumen Terhadap Merek Gula di Kabupaten Lumajang .....	95
Tabel 5.20. Preferensi Konsumen Terhadap Merek Gula di Kabupaten Jember.....	95
Tabel 5.21. Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Gula di Kabupaten Lumajang .....	97
Tabel 5.22. Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Gula di Kabupaten Jember.....	97
Tabel 5.23. Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan Gula di Kabupaten Lumajang .....	98
Tabel 5.24. Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan Gula di Kabupaten Jember.....	99
Tabel 5.25. Preferensi Konsumen Terhadap Ukuran Gula di Kabupaten Lumajang .....	100
Tabel 5.26. Preferensi Konsumen Terhadap Ukuran Gula	



di Kabupaten Jember.....	100
Tabel 5.27. Preferensi Konsumen Terhadap Pengaturan Harga Gula di Kabupaten Lumajang .....	102
Tabel 5.28. Preferensi Konsumen Terhadap Pengaturan Harga Gula di Kabupaten Jember.....	102
Tabel 5.29. Preferensi Konsumen Terhadap Promosi <i>Offline</i> Gula di Kabupaten Lumajang .....	104
Tabel 5.30. Preferensi Konsumen Terhadap Promosi <i>Offline</i> Gula di Kabupaten Jember.....	104
Tabel 5.31. Preferensi Konsumen Terhadap Promosi <i>Online</i> Gula di Kabupaten Lumajang .....	105
Tabel 5.32. Preferensi Konsumen Terhadap Promosi <i>Online</i> Gula di Kabupaten Jember.....	106
Tabel 5.33. Preferensi Konsumen Terhadap Distribusi di Kabupaten Lumajang .....	108
Tabel 5.34. Preferensi Konsumen Terhadap Distribusi di Kabupaten Jember.....	108
Tabel 5.35. Karakteristik Umum Gula Baru yang Diinginkan Konsumen.....	110

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuisisioner Penelitian

Lampiran B. Data Jumlah Pelanggan dan Omset

Lampiran C. Data Investigasi Penjual Gula

Lampiran D. Data Pentingnya Bauran Pemasaran

Lampiran E. Data Preferensi Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Menurut Pelanggan

