

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Pengertian Strategi Pemasaran	11
B. Segmentasi Pasar.....	12
1. Pengertian Segmentasi Pasar.....	12
2. Tujuan Segmentasi Pasar	13
3. Pola Segmentasi Pasar.....	14
4. Tahapan Segmentasi Pasar	14
5. Dasar Segmentasi	15
6. Menentukan Dasar Segmentasi	15
C. Perilaku Konsumen	16
1. Pengertian Perilaku Konsumen	16
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
D. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	19
1. Pengertian dan Karakteristik UMKM	19
2. Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia	21
E. Penelitian Terdahulu	22
F. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel	32
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	33

D. Defenisi Konseptual	33
1. Segmentasi demografis	33
2. Segmentasi Perilaku	33
E. Defenisi Operasional	34
F. Ruang Lingkup Penelitian	36
1. Lokasi Penelitian	
2. Waktu Penelitian	
G. Skala Pengukuran	36
1. Skala Nominal	36
2. Skala Guttman	37
H. Teknik Pengumpulan Data	37
I. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	42
1. Tentang Percetakan Souvenir di Lingkungan Universitas Lampung	42
2. Proses Pengembangan Produk Percetakan Souvenir di Lingkungan Universitas Lampung	44
B. Analisis Deskriptif	46
1. Analisis Deskriptif Demografi	46
2. Analisis Deskriptif Perilaku	52
C. Teknik Analisis Data	
1. Melakukan Proses Standarisasi Data Jika Diperlukan	58
2. Melakukan Proses <i>Clustering</i>	58
3. Deskripsi Tiap <i>Cluster</i>	62
4. Profilisasi <i>Cluster</i>	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	74
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN