

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Tentang Tanaman Padi	9
2.2.1 Deskripsi Tanaman Padi	9
2.2.2 Klasifikasi Tanaman Padi	10
2.2.3 Morfologi Tanaman Padi	11
2.2.4 Syarat Tumbuh Tanaman Padi	14
2.2.5 Macam-Macam Varietas Padi	16
2.3 Tinjauan Tentang Benih Padi	17
2.4 Tinjauan Tentang Merek	19
2.4.1 Pengertian Merek	19
2.4.2 Faktor Merek	21
2.4.3 Manfaat Merek	22
2.5 Tinjauan Tentang <i>Brand Image</i>	24

2.5.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	24
2.5.2 Manfaat <i>Brand Image</i>	26
2.5.3 Komponen <i>Brand Image</i>	27
2.6 Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran	27
2.7 Tinjauan Tentang Metode Sarang Laba-Laba	29

III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran	31
3.2 Hipotesis	35
3.3 Batasan Masalah	35
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35

IV. METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Penentuan Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	39
4.2 Metode Penentuan Sampel	40
4.3 Uji Intrumen Penelitian	41
4.3.1 Skala Pengukuran	41
4.3.2 Skoring	42
4.3.3 Uji Validitas	42
4.3.4 Uji Reliabilitas	44
4.3.5 Mean	45
4.4 Metode Analisis	47
4.4.1 Analisis Deskriptif	47
4.4.2 Analisis Kuantitatif	48
4.4.2.1 Metode Sarang Laba-Laba	48

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian	49
5.1.1 Keadaan Geografi	49
5.1.2 Kondisi Fisik	49
5.1.3 Kependudukan	50
5.1.4 Profil Kebun Benih Jabon	50

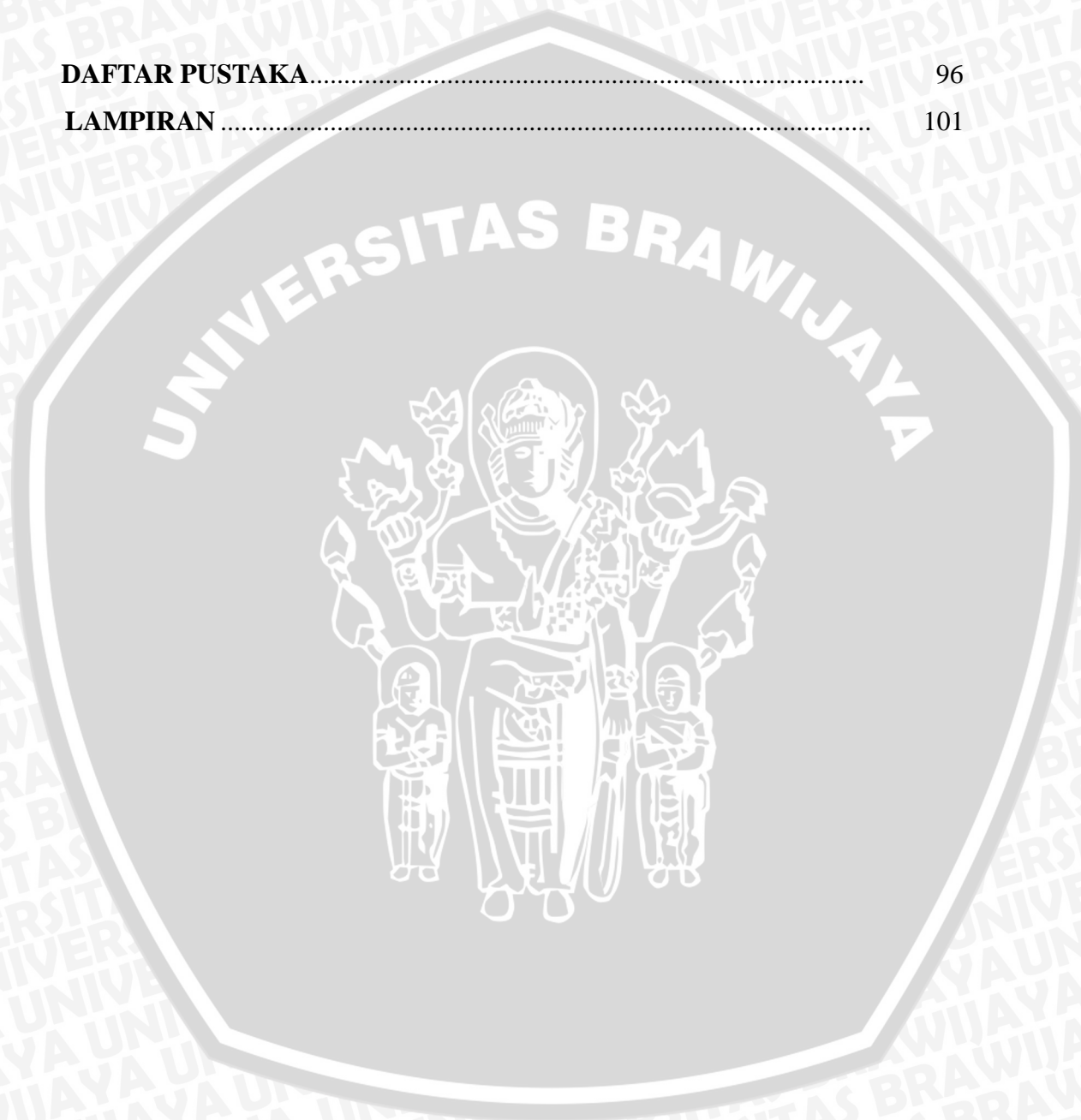
	Halaman
5.2 Deskripsi Pemasaran Benih Padi Merek “Cap Tangan”	53
5.3 Karakteristik Responden	55
5.3.1 Usia dan Jenis Kelamin	55
5.3.2 Tingkat Pendidikan	57
5.3.3 Tingkat Penghasilan	59
5.3.4 Luas Lahan	61
5.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
5.4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	62
5.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	63
5.5 Analisis Atribut <i>Brand Image</i> Berdasarkan Jenis Responden.....	64
5.5.1 Hasil Skor Atribut <i>Brand Image</i> Karyawan Kebun Benih Jabon.....	64
5.5.2 Hasil Skor Atribut <i>Brand Image</i> Konsumen Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	68
5.6 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	71
5.6.1 Analisis <i>Brand Image</i> Berdasarkan Variabel <i>Strength</i>	71
5.6.2 Analisis <i>Brand Image</i> Berdasarkan Variabel <i>Uniqueness</i>	73
5.6.3 Analisis <i>Brand Image</i> Berdasarkan Variabel <i>Favorable</i>	74
5.6.4 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> Benih Padi Merek “Cap Tangan” Secara Keseluruhan.....	75
5.7 Analisis Sarang Laba-Laba Dalam Mengukur <i>Brand Image</i> Benih Padi Merek “Cap Tangan”	76
5.8 Hasil Analisis <i>Brand Image</i> Berdasarkan Selisih Nilai Atribut dan Evaluasi Strategi Pemasaran.....	78
5.9 Deskripsi Evaluasi Strategi Pemasaran Benih Padi Merek “Cap Tangan”	84
5.9.1 Segmentasi (<i>segmentation</i>).....	84
5.9.2 Penetapan Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>)	85
5.9.3 Penempatan Produk (<i>Procuct Positioning</i>)	86
5.6.2 Bauran Pemasaran.....	86

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	94
6.2 Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	----

LAMPIRAN	101
-----------------------	-----



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
2.	Penilaian Skala Likert	42
3.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	45
4.	Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
5.	Distribusi Karyawan Kebun Benih Jabon Berdasarkan Jenis Kelamin dan Golongan Usia	56
6.	Distribusi Konsumen Jabon Berdasarkan Jenis Kelamin dan Golongan Usia	57
7.	Distribusi Karyawan Kebun Benih Jabon Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	58
8.	Distribusi Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	59
9.	Distribusi Karyawan Kebun Benih Jabon Berdasarkan Tingkat Penghasilan	60
10.	Distribusi Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	60
11.	Distribusi Karyawan Kebun Benih Jabon Berdasarkan Luas Lahan	61
12.	Distribusi Konsumen Berdasarkan Luas Lahan	62
13.	Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Brand Image</i>	63
14.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	64
15.	Hasil skor atribut <i>brand image</i> Karyawan Kebun Benih Jabon.....	65
16.	Hasil Skor Atribut <i>Brand Image</i> Konsumen Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	69
17.	Hasil Skor Variabel <i>Strength</i> Keseluruhan Responden Terhadap Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	72
18.	Hasil Skor Variabel <i>Uniqueness</i> Keseluruhan Responden Terhadap Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	73
19.	Hasil Skor Variabel <i>Favorable</i> Keseluruhan Responden Terhadap Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	74
20.	Nilai Rata-Rata Keseluruhan Variabel <i>Brand Image</i>	75
21.	Selisih Rata-Rata Skor Atribut <i>Brand Image</i> Keseluruhan Responden.....	76



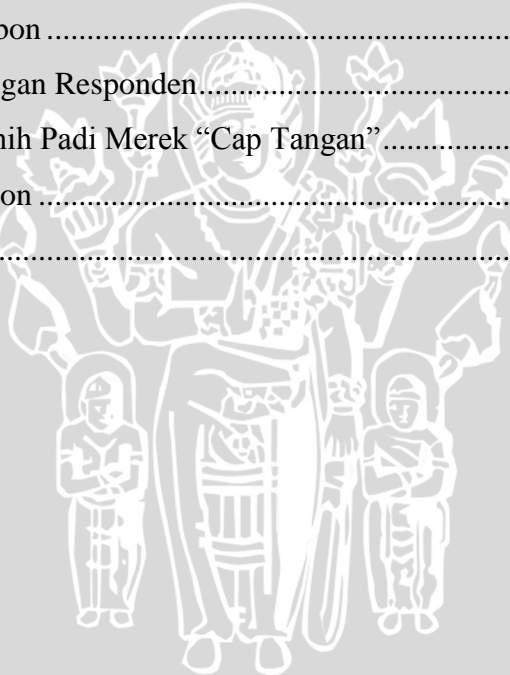
22. Selisih Nilai Atribut *Brand Image* Dimata Konsumen dan
Produsen.....

79



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	34
2.	Struktur Organisasi UPT Pengembangan Benih Padi	52
3.	Analisis Sarang Laba-Laba <i>Brand Image</i> Benih Padi Merek “Cap Tangan”	77
4.	Alur Distribusi Produk Benih Padi	90
5.	Kemasan Benih Padi Merek “Cap Tangan”	117
6.	Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	117
7.	Label Benih Padi Merek “Cap Tangan”	118
8.	Kebun Benih Jabon	119
9.	Wawancara Dengan Responden	119
10.	Stok Produk Benih Padi Merek “Cap Tangan”	120
11.	Kantor Desa Jabon	120
12.	Peta Desa Jabon	121



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Profil Responden.....	101
2.	Skoring Atribut <i>Brand Image</i> Keseluruhan Responden.....	103
3.	Skoring Atribut <i>Brand Image</i> Responden Karyawan Kebun Benih Jabon.....	104
4.	Skoring Atribut <i>Brand Image</i> Responden Konsumen Benih Padi Merek “Cap Tangan”.....	105
5.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	106
6.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	108
7.	Reliabilitas Variabel <i>Strength</i>	109
8.	Reliabilitas Variabel <i>Uniqueness</i>	110
9.	Reliabilitas Variabel <i>Favorable</i>	111
10.	Rata-rata (<i>mean</i>) atribut <i>brand image</i> benih padi merek “Cap Tangan” dari Karyawan Kebun Benih Padi Jabon.....	112
11.	Rata-rata (<i>mean</i>) atribut <i>brand image</i> benih padi merek “Cap Tangan” dari Konsumen.....	113
12.	Selisih nilai skor atribut <i>brand image</i> responden konsumen dan karyawan Kebun Benih Jabon.....	114
13.	Kebun Benih Padi UPT Pengembangan Benih Padi.....	115
14.	Gambar Produk Benih Padi.....	117
15.	Label Benih Padi Merek “Cap Tangan”.....	118
16.	Dokumentasi Penelitian.....	119
17.	Peta Desa Jabon.....	121
18.	Kuisisioner.....	122
19.	Tabel r ^{tabel} <i>Product Moment</i> Pada Sig. 0,05 (<i>Two Tail</i>).....	126

