

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Konsep Agroindustri.....	8
2.3 Tinjauan Umum Mangga Podang.....	10
2.4 Pemasaran.....	11
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	12
2.5.1 Strategi Harga.....	16
2.5.2 Strategi Produk.....	19
2.5.3 Strategi Promosi.....	20
2.5.4 Strategi Saluran Distribusi.....	21
2.6 Perilaku Konsumen.....	21
2.6.1 Kekuatan Sosial Budaya.....	22
2.6.2 Kekuatan Sosial Psikologis.....	24
III. KERANGKA TEORITIS	27
3.1 Kerangka Pemikiran.....	27
3.2 Hipotesis.....	30
3.3 Batasan Masalah.....	30
3.4 Definisi Operasional.....	30
IV. METODE PENELITIAN	35
4.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	35
4.2 Metode Penentuan Responden.....	35
4.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
4.4 Metode Analisis Data.....	36
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	40
5.1.1 Keadaan Daerah Penelitian.....	40



5.1.2 Komposisi Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	40
5.1.3 Komposisi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	41
5.2 Profil Agroindustri Olahan Mangga Podange	42
5.2.1 Tujuan Agroindustri Olahan Mangga Podange.....	44
5.2.2 Lokasi Agroindustri Olahan Mangga Podange	44
5.2.3 Struktur Organisasi Agroindustri Olahan Mangga Podange	44
5.2.4 Personalia Agroindustri Olahan Mangga Podange.....	46
5.2.5 Proses Produksi Dodol Mangga Podang	48
5.3 Deskripsi Bauran Pemasaran Agroindustri Olahan Mangga Podange	51
5.3.1 Harga (<i>Price</i>).....	51
5.3.2 Produk (<i>Product</i>).....	52
5.3.3 Promosi (<i>Promotion</i>)	53
5.3.4 Saluran Distribusi (<i>Distribution</i>).....	54
5.4 Analisis Data Dan Interpretasi Data	55
5.4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	55
5.5 Distribusi Frekuensi Responden	57
5.5.1 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	57
5.5.2 Distribusi Frekuensi Variabel Produk	59
5.5.3 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	61
5.5.4 Distribusi Frekuensi Variabel Saluran Distribusi.....	63
5.6 Pengujian Istrumen Penelitian	65
5.6.1 Hasil Uji Validitas	65
5.6.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
5.7 Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan konsumen Dalam Membeli Ulang Dodol Mangga Podang.....	67
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

