

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xv
Daftar Singkatan.....	xvi
Daftar Istilah.....	xvii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Tugas Akhir.....	8
I.4 Batasan Tugas Akhir	8
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	9
I.5.1 Manfaat Akademis	9
I.5.2 Manfaat Praktis	9
I.6 Sistematika Penulisan.....	9
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Pemasaran.....	11
II.2 Produk	11
II.3 Atribut Produk.....	12
II.4 Preferensi Konsumen	14

II.5	Analisis <i>Conjoint</i>	14
II.5.1	Langkah-langkah Terhadap Analisis <i>Conjoint</i>	15
II.6	Perbandingan Metode	16
II.7	Tugas Akhir Terdahulu	18
Bab III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH.....		21
III.1	Model Konseptual	21
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	22
III.2.1	Tahap Pendahuluan	25
III.2.2	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	25
III.2.3	Tahap Analisis.....	30
III.2.4	Tahap Rekomendasi	31
III.2.5	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	31
Bab IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....		32
IV.1	Pengumpulan data	32
IV.2	Pengolahan Data.....	32
IV.3	Perancangan Sistem Terintegrasi	35
Bab V ANALISIS HASIL DAN REKOMENDASI.....		36
V.1	Analisis Karakteristik Responden	36
V.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tas ARTCH 36	
V.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
V.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
V.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
V.2	Analisis Pengolahan Data <i>Conjoint</i>	39
V.2.1	Analisis Nilai Utilitas Masing-Masing Taraf Atribut	39
V.2.2	Nilai Kepentingan Untuk Setiap Atribut.....	44

V.3	Perbandingan Taraf Atribut Tas ARTCH Dengan Preferensi Konsumen	46
V.4	Alternatif Rekomendasi Atribut Tas ARTCH.....	47
Bab VI	KESIMPULAN DAN SARAN	50
VI.1	Kesimpulan.....	50
VI.2	Saran.....	51
Daftar Pustaka	52
Lampiran	54