

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vii
BIOGRAFI PENULIS	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teoritis.....	8
2.1.1. Tanaman Hias.....	8
2.1.2. Karakteristik Konsumen.....	10
2.1.3. Motivasi Konsumen.....	11
2.1.4. Pemasaran.....	15
2.1.5. Lokapasar.....	18
2.1.6. Strategi Pengembangan.....	20
2.1.7. Analisis SWOT.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pikir.....	34
2.4. Hipotesis.....	37

III. METODE PENELITIAN	38
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.2. Populasi dan Sampel	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Pengumpulan Data	40
3.5. Analisis Data	41
3.6. Definisi Operasional	54
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	57
4.1. Sejarah Algren Indonesia	57
4.2. Visi dan Misi	57
4.3. Sistem Pemasaran Algren Indonesia.....	58
4.4. Struktur Organisasi	58
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	61
5.1. Identitas Informan	61
5.2. Identitas Responden	62
5.3. Jenis dan Harga Tanaman	65
5.4. Motivasi Konsumen Melalui Lokapasar	69
5.4.1. Indikator Ulasan Produk	69
5.4.2. Indikator Kemudahan	70
5.4.3. Indikator Kepercayaan.....	72
5.4.4. Indikator Harga.....	73
5.4.5. Rekapitulasi Tingkat Motivasi Konsumen	74
5.5. Volume Penjualan Algren Indonesia	75
5.6. Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Pemasaran Tanaman Hias di lokapasar	77
5.6.1. Faktor Internal	77
5.6.2. Faktor Eksternal.....	78
5.6.3. Matriks IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	80
5.6.4. Matriks EFAS (<i>Eksternal Strategics Factors Analysis Summary</i>)81	
5.7. Strategi Pengembangan Pemasaran Tanaman Hias	82
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
6.1. Kesimpulan	91
6.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93