

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sebelumnya dan Posisi Penelitian.....	13
2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar	15
2.2.1 Definisi Menurut Undang-undang	15

2.2.2 Perbedaan menurut Keunggulan dan Kemampuan	17
2.3 Produk Minuman Sari Buah	20
2.4 Desain Kemasan Produk Minuman	21
2.4.1 Sejarah Desain Kemasan	24
2.4.2 Pengertian Kemasan	32
2.4.3 Prinsip-prinsip Desain Kemasan	34
2.5 Elemen-elemen Desain pada Kemasan	36
2.6 Struktur dan Material	42
2.7 <i>Surface</i> (Label)	48
2.7.1 Logo	51
2.7.2 Karakter	55
2.7.3 Ilustrasi	55
2.7.4 Garis	58
2.7.5 Bentuk	59
2.7.6 Warna	60
2.7.7 Tipografi	64
2.7.8 Bahasa	71
2.8 Konsumen	71
2.8.1 Konsumen berdasarkan Kelas Sosial	72
2.8.2 Karakter Konsumen Indonesia	74
2.9 Persepsi Konsumen	78
2.9.1 Eksposur	79
2.9.2 Perhatian	80

2.9.3 Interpretasi.....	82
2.10 Pencitraan Konsumen	82
2.11 Pengambilan Keputusan Konsumen	83
2.11.1 Perilaku Konsumen	84
2.11.2 Proses Pengambilan Keputusan	85
2.12 Pengambilan Keputusan Keluarga.....	88
2.13 Alur Penelitian	91
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	92
3.1 Metode dan Alur Pembahasan	92
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	101
3.2.1 Sumber Data	102
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	103
3.3 Perancangan dan Analisis Data	104
3.3.1 Analisis Data <i>Mon Cherie</i> dan <i>Fruits Up</i>	104
3.3.2 Analisis Unsur-unsur yang Mempengaruhi Desain Kemasan <i>Mon Cherie</i> dan <i>Fruits Up</i>	105
3.3.3 Analisis Elemen Desain Kemasan <i>Mon Cherie</i> dan <i>Fruits Up</i>	107
3.3.4 Analisis Pembentukan Persepsi dan Citra Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen	108
3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	108
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	109
4.1 Analisis <i>Fruits Up</i>	109

4.1.1 Data <i>Fruits Up</i>	109
4.1.1.1. Profil <i>Fruits Up</i>	109
4.1.1.2. Produk <i>Fruits Up</i>	111
4.1.1.3. Segmentasi <i>Fruits Up</i>	118
4.1.1.4. Analisis <i>SWOT Fruits Up</i>	121
4.1.2 Desain Kemasan <i>Fruits Up</i>	123
4.1.2.1. Struktur dan Material Kemasan <i>Fruits Up</i>	124
4.1.2.2. Label Kemasan <i>Fruits Up</i>	128
4.2 Analisis <i>Mon Cherie</i>	154
4.2.1 Data <i>Mon Cherie</i>	154
4.2.1.1. Profil <i>Mon Cherie</i>	155
4.2.1.2. Produk <i>Mon Cherie</i>	157
4.2.1.3. Segmentasi <i>Mon Cherie</i>	162
4.2.1.4. Analisis <i>SWOT Mon Cherie</i>	165
4.2.2 Desain Kemasan <i>Mon Cherie</i>	166
4.2.2.1. Struktur dan Material Kemasan <i>Mon Cherie</i>	167
4.2.2.2. Label Kemasan <i>Mon Cherie</i>	170
4.3 Perbandingan <i>Fruits Up</i> dan <i>Mon Cherie</i>	184
4.3.1 Perbandingan Unsur-unsur yang Mempengaruhi Desain Kemasan <i>Fruits Up</i> dan <i>Mon Cherie</i>	184
4.3.2 Perbandingan pada Label Kemasan	188
4.3.3 Faktor Pembeda dan Faktor Penyama.....	190
4.4 Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	198

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	210
5.1 Kesimpulan	210
5.2 Saran.....	212
DAFTAR PUSTAKA	214
LAMPIRAN.....	218