DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

***ABSTRACT* ..... iv**

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian 1

1.2.Identifikasi dan Rumusan Masalah 6

1.2.1 Identifikasi Masalah 6

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian.....7

1.3.1 Maksud penelitian 7

1.3.2 Tujuan penelitian.....7

1.4 .Kegunaan Penelitian.....8

1.4.1 Kegunaan Praktis.....8

1.4.2 Kegunaan Akademis 8

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka.....10

2.1.1 *Positioning* 10

2.1.1.1.Pengertian *Positioning* 10

2.1.1.2.Tujuan *Positioning*.....11

2.1.1.3.Prosedur *Positioning*.....11

2.1.1.4.Strategi *Positioning*.....13

2.1.1.5Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi *Positioning*14

2.1.2 *Positioning* Produk.....15

2.1.2.1 Pengertian *Positioning* Produk.....15

2.1.2.2 Strategi *Positioning* Produk 16

2.1.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....19

2.2 Kerangka Pemikiran.....19

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1.Objek Penelitian.....23

3.2.Metode Penelitian.....23

3.2.1.Desain Penelitian.....24

3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....24

3.2.3 Sumber dan Tehnik penentuan Data 25

3.2.3.1 Sumber Data 25
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 26
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 28
3.2.5 Rancangan Analisis 30
3.2.5.1 Rancangan Analisis Deskriptif / Kualitatif 30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 33
4.1.1 Sejarah Perusahaan 33
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 34
4.1.3 *Job Description* 35
4.1.4 Aktfitas Perusahaan 38
4.2 Karakteristik Responden 39
4.3 Hasil Analisis Deskriptif / Kualitatif 42
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai pelaksanaan *Positioning* produk kaos Badger pada Clothing Badger Invaders 42
4.3.1.1 Penetapan Posisi Berdasarkan Atribut 42
4.3.1.2 Penetapan Posisi Berdasarkan Manfaat 46
4.3.1.3 Penetapan Posisi Berdasarkan Penggunaan/Penerapan .49
4.3.1.4 Penetapan Posisi Berdasarkan Pemakai 52
4.3.1.5 Penetapan Posisi Berdasarkan Mutu/Harga 55
4.4 Hasil Implementasi Model 58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....60

5.2 Saran.....62

DAFTAR PUSTAKA.....64

LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN