

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Tinjauan Pustaka	9
1.6.1. Landasan Teori.....	9
1.6.1.1. Strategi Pemasaran.....	9
1.6.1.2. Penelitian Terdahulu	29
1.6.1.3. Kerangka Pemikiran.....	30
1.7. Metode Penelitian	31
1.7.1. Tipe Penelitian.....	31
1.7.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	32
1.7.3. Lokasi Penelitian	33
1.7.4. Populasi dan Sampel.....	33

1.7.5. Sumber Data dan Cara Pengumpulan Data.....	35
1.7.6. Definisi Konsep.....	36
1.7.7. Definisi Variabel	37
1.7.8. Operasional Variabel	37
1.7.9. Penggunaan Skala dan Pengukuran.....	39
1.7.10. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
1.7.11. Teknik Analisis Data	41

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Gambaran Umum Restoran	43
2.1.1. Gambaran Umum Resto Merapi	44
2.1.2. Keunggulan Resto Merapi	46
2.2. Sejarah Berdirinya Perusahaan	48
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	49

BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.2. Karakteristik Responden	55
3.3. Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning	63
3.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
3.4.1. Pembahasan Segmentasi Pasar Resto Merapi	81
3.4.2. Pembahasan Targeting Resto Merapi.....	82
3.4.3. Pembahasan Positioning	85

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan	93
4.2. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.: Variabel Segmentasi Utama Untuk Pasar Konsumen	19
Tabel 3.1.: Hasil Uji Validitas	53
Tabel 3.2. : Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 3.3. : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 3.4. : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 3.5. : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 3.6. : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 3.7.: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 3.8.: Frekuensi Kedatangan	61
Tabel 3.9.: Sumber Informasi.....	62
Tabel 3.10.: Penilaian Terhadap Restoran Menunjukkan Level Atas	64
Tabel 3.11.: Penilaian Terhadap Gaya Hidup	65
Tabel 3.12.: Penilaian Terhadap Sesuai Keinginan	66
Tabel 3.13.: Deskriptif Penilaian Indikator Segmentasi Psikografis	67
Tabel 3.14.: Penilaian Terhadap Pengetahuan Tentang Resto	68
Tabel 3.15.: Penilaian Terhadap Produk dan Pelayanan.....	69
Tabel 3.16.: Penilaian Terhadap sering makan di Resto Merapi.....	69
Tabel 3.17.: Deskriptif Penilaian Indikator Segmentasi Perilaku	70
Tabel 3.18.: Penilaian Terhadap Responsive Sesuai Selera Pasar	71
Tabel 3.19.: Penilaian Terhadap Produk Resto dapat diterima Konsumen.....	72
Tabel 3.20.: Penilaian Terhadap Perkembangan Produk	73
Tabel 3.21.: Penilaian Terhadap Promosi Produk Melalui Berbagai Media.....	73
Tabel 3.22.: Deskriptif Penilaian Pada Indikator Targeting.....	74
Tabel 3.23.: Penilaian Terhadap Pembeda Produk Resto Merapi	76
Tabel 3.24.: Penilaian Terhadap Harga dan Manfaat Produk Resto Merapi.....	76
Tabel 3.25.: Penilaian Terhadap Kebutuhan Produk pada Saat Ini	77
Tabel 3.26.: Penilaian Terhadap Keberagaman Produk.....	78

Tabel 3.27.: Penilaian Terhadap Keunggulan Resto Merapi	78
Tabel 3.28.: Penilaian Terhadap Imajinasi Kemewahan Resto Merapi.....	79
Tabel 3.29.: Penilaian Terhadap Mencoba Menu yang baru.....	80
Tabel 3.30.: Deskriptif Penilaian Pada Indikator Positioning	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Pola Segmentasi Pasar	14
Gambar 1.2.	Bagan Variabel Segmentasi Pasar	17
Gambar 1.3.	Pola Pemilihan Pasar Sasaran.....	21
Gambar 1.4.	Model Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.1.	Menu-menu Resto Merapi.....	45
Gambar 2.2.	Menu Andalan Resto Merapi	45
Gambar 2.3.	Fasilitas Kolam Renang	46
Gambar 2.4.	Eksterior Resto Merapi Kridosono	46
Gambar 2.5.	Interior Resto Merapi Kridosono.....	47
Gambar 2.6.	Struktur Perusahaan	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Korelasi Psikografis
- Lampiran 2. Korelasi Segmentasi Perilaku
- Lampiran 3. Korelasi Positioning
- Lampiran 4. Korelasi Targeting
- Lampiran 5. Responden Crosstabulation
- Lampiran 6. Frequency Table
- Lampiran 7. Data Penelitian
- Lampiran 8. Tabel korelasi product moment
- Lampiran 9. Kuisoner