

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	9
I.3 Rumusan Masalah	11
I.4 Tujuan Tugas Akhir	12
I.5 Manfaat Tugas Akhir	12
I.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
II.1 Literatur	15
II.1.1 Strategi Pemasaran	15
II.1.2 <i>Positioning</i>	15
II.1.3 <i>Market Breakdown</i>	16
II.1.4 Manajemen Strategi	17
II.1.5 Manajemen Strategi (SWOT)	17
II.1.6 Model Analisis SWOT	18
II.1.7 Multidimensional Scaling (MDS)	20
II.1.8 Statistik dan Istilah Terkait dengan MDS	21
II.1.9 Langkah-Langkah Penggunaan MDS	22
II.2 Pemilihan Metode Perancangan	25
II.3. Atribut Produk	28
II.3.1 Identifikasi Atribut Restoran Sunda	29

II.3.1.1 Identifikasi Atribut Berdasarkan Penelitian Sebelumnya	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	33
III. Sistematika Perancangan	33
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data	34
III.1.2 Tahap Perancangan Solusi	36
III.1.2.1 Identifikasi <i>Brand</i> Restoran sunda	36
III.1.2.2 Identifikasi <i>Atribut</i> Restoran sunda	36
III.1.2.3 Merancang kuesioner	37
III.1.2.4 Uji Validitas	37
III.1.2.5 Tahap Penentuan Teknik dan Ukuran <i>Sampling</i>	38
III.1.2.6 Penyebaran Kuesioner	39
III.1.2.7 Pengumpulan Hasil data Kuesioner	39
III.1.2.8 Pengolahan Data Menggunakan MDS	39
III.1.2.9 Menganalisis <i>Perceptual Mapping</i>	40
III.1.2.10 Menganalisis <i>Perceptual Mapping</i> dengan Analisis SWOT	41
III.1.2.11 Tahap Verifikasi	41
II.1.13 Tahap Validasi	42
II.1.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	42
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	42
III.2.1 Batasan Tugas Akhir	42
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	43
IV.1 Deskripsi Data	43
IV.1.1 Identifikasi <i>Brand</i> Restoran Sunda	44
IV.1.2 Profil Dapur Wiwi	44
IV.1.3 Identifikasi Tujuan Dapur Wiwi	44
IV.1.4. Identifikasi Atribut	45
IV.1.5 Identifikasi Atribut Berdasarkan Wawancara	45
IV.1.6 Perancangan Kuesioner	47
IV.1.7 Uji Validitas	47
IV.1.8 Penyebaran Kuesioner	47
IV.1.9 Pengumpulan Data Kuesioner	48
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	49
IV.3 Proses Perancangan	49
IV.3.1 Rekapitulasi Profil Responden	49
IV.3.2. Proses Perancangan Menggunakan <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS)	49

IV.3.3 Hasil Perceptual Mapping	52
IV.3.4 Analisis Jarak Euclidean Atribut <i>Brand</i> Restoran Sunda	53
IV.3.4.1 Analisis Jarak Euclidean Atribut Cita Rasa	53
IV.3.3.2 Analisis Jarak Euclidean Atribut Harga Wajar	54
IV.3.3.3 Analisis Jarak Euclidean Atribut Variasi Produk	55
IV.3.3.4 Analisis Jarak Euclidean Atribut Porsi Sesuai	55
IV.3.3.5 Analisis Jarak Euclidean Atribut Pelayanan Cepat	56
IV.3.3.6 Analisis Jarak Euclidean Atribut Pelayanan Tepat	57
IV.3.3.7 Analisis Jarak Euclidean Atribut Pelayanan Ramah	58
IV.3.3.8 Analisis Jarak Euclidean Atribut Dekorasi Menarik	58
IV.3.3.9 Analisis Jarak Euclidean Atribut Suasana Nyaman	59
IV.3.3.10 Analisis Jarak Euclidean Atribut Ruang Makan Bersih	60
IV.3.3.11 Analisis Jarak Euclidean Atribut Lokasi Strategis	60
IV.3.3.12 Analisis Jarak Euclidean Atribut Transportasi Mudah	61
IV.3.3.13 Analisis Jarak Euclidean Atribut Parkir Luas	62
IV.3.5 Analisis <i>Perceptual Map Brand</i> Restoran Sunda	62
IV.3.5.1 Analisis Persaingan Wilayah A	63
IV.3.5.2 Analisis Persaingan Wilayah B	64
IV.3.5.3. Analisis Persaingan Wilayah C	64
IV.3.5.3. Analisis Persaingan Wilayah	64
IV.3.5 Analisis Atribut Prioritas Perbaikan Dapur Wiwi	65
IV.4 Hasil Rancangan Perbaikan	66
IV.4.1 Perancangan Matriks SWOT	66
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	71
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	72
V.1 Validasi Hasil Rancangan	72
V.1.1 Validasi Hasil Rancangan	72
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	73
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	79
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	82
VI.1 KESIMPULAN	82
VI.2 Saran dan Rekomendasi	83
VI.2.1 Saran Untuk Dapur Wiwi	83
VI.2.2 Saran Untuk Tugas Akhir Selanjutnya	84

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87
Lampiran A – Pemilihan Pesaing	88
A.1 Daftar Rumah Makan Sunda di Kota Bandung	88
A.2 Penyaringan Pesaing Berdasarkan <i>Rate</i>	89
A.3 Penyaringan Berdasarkan Radius	89
A.4 Penyaringan Berdasarkan <i>e-marketplace</i>	90
Lampiran B Rekapitulasi Survey Pendahuluan	91
B.1 Rekapitulasi Pengetahuan Konsumen Terhadap <i>Brand</i> Restoran Sunda	91
Lampiran C Rekapitulasi Penggalan Atribut	92
C.1 Rekapitulasi Penggalan Atribut	92
Lampiran D Desain dan Rekapitulasi Kuisoner	95
D.1 Desain Kuesioner	95
Lampiran E Data Pelengkap Kuesioner	99
E.1 Data Pelengkap Kuesioner	99
F. Pengolahan Data Multidimensional Scaling	105
F.1 Rata-rata Atribut <i>Brand</i> Restoran Sunda	105
F.2 <i>Output</i> Pengolahan Multidimensional Scaling Menggunakan IBM SPSS <i>Statistic</i>	105
LAMPIRAN G Perhitungan Jarak Euclidean	123
G. 1 Jarak Euclidean Kondisi Persaingan	123
G. 2 Jarak Euclidean Atribut <i>Brand</i> Restoran Sunda	123