

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR SIMBOL DAN SINGKATAN .....	xiv
DAFTAR ISTILAH .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Analisa Pembangkitan Alternatif Solusi .....	9
I.3. Rumusan Masalah .....	10
I.4. Tujuan Tugas Akhir .....	11
I.5. Manfaat Tugas Akhir .....	11
I.6. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
II.1. Manajemen Pemasaran .....	14
II.1.1. <i>Advertising and Promotion</i> .....	14
II.1.2. <i>Positioning</i> .....	14
II.1.3. <i>Perceptual Mapping</i> .....	16
II.1.4. Metode Pembandingan pada <i>Positioning</i> .....	17
II.1.5. <i>Multidimensional Scaling</i> .....	17
II.2. Analisis Perancangan Perusahaan .....	20
II.2.1. <i>Market Breakdown</i> .....	21
II.3. Sistem Manajemen Organisasi Industri .....	21
II.3.1. Analisis SWOT .....	21
II.4. Referensi Akademik .....	23
II.5. Identifikasi Atribut Produk .....	23
II.6. Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan .....	24
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....	28
III.1. Sistematika Perancangan .....	28
III.1.1. Tahap Pengumpulan Data .....	30
III.1.2. Tahap Perancangan .....	30
III.1.2.1. Identifikasi Merek <i>Coffee Shop</i> .....	30
III.1.2.2. Identifikasi Atribut <i>Coffee Shop</i> .....	31
III.1.2.3. Merancang Kuesioner .....	32

III.1.2.4.	Uji Validitas.....	32
III.1.2.5.	Penyebaran Kuesioner .....	32
III.1.2.5.1.	<i>Snowball Sampling</i> .....	33
III.1.2.6.	Pengumpulan Hasil Data Kuesioner .....	33
III.1.2.7.	Pengolahan Data Menggunakan MDS.....	33
III.1.2.8.	Menganalisis <i>Perceptual Mapping</i> .....	34
III.1.2.9.	Menganalisis <i>Perceptual Mapping</i> dengan <i>SWOT Analysis</i> .....	34
III.1.3.	Tahap Verifikasi.....	35
III.1.4.	Tahap Validasi .....	35
III.2.	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir .....	35
BAB IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI .....	36
IV.1.	Deskripsi Data.....	36
IV.1.1.	Identifikasi <i>Brand Coffee Shop</i> .....	37
IV.1.2.	Profil Kolokial Coffee.....	38
IV.1.3.	Identifikasi Tujuan Kolokial Coffee .....	38
IV.1.4.	Identifikasi Atribut Berdasarkan Penelitian Terdahulu .....	39
IV.1.5.	Identifikasi Atribut Berdasarkan Wawancara .....	39
IV.1.6.	Perancangan Kuesioner.....	40
IV.1.7.	Uji Validitas .....	41
IV.1.8.	Penyebaran Kuesioner.....	41
IV.1.9.	Pengumpulan Data Kuesioner.....	41
IV.2.	Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan .....	42
IV.3.	Proses Perancangan.....	43
IV.3.1.	Rekapitulasi Profil Responden.....	43
IV.3.2.	Proses Perancangan <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i> .....	44
IV.3.3.	Hasil <i>Perceptual Mapping</i> .....	46
IV.3.4.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Brand Coffee Shop</i> .....	48
IV.3.4.1.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kualitas Produk.....	48
IV.3.4.2.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kualitas Pelayanan.....	49
IV.3.4.3.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Harga.....	50
IV.3.4.4.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Suasana .....	51
IV.3.4.5.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Fasilitas Pendukung .....	52
IV.3.4.6.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Lokasi Strategis.....	52
IV.3.4.7.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Variasi Menu.....	53
IV.3.4.8.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kebersihan Ruangan .....	54
IV.3.4.9.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Rasa Minuman .....	55
IV.3.4.10.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Teknik Penyajian Minuman... ..	56
IV.3.4.11.	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Estetika.....	57
IV.3.5.	Analisis <i>Perceptual Mapping Brand Coffee Shop</i> .....	57
IV.3.5.1.	Analisis Persaingan A .....	58
IV.3.5.2.	Analisis Persaingan B .....	59
IV.3.5.3.	Analisis Persaingan C .....	59
IV.3.5.4.	Analisis Pesaing Terdekat .....	59
IV.4.	Hasil Rancangan.....	60

IV.4.1.	Perancangan Matriks SWOT.....	60
IV.4.2.	Perancangan Sistem Terintegrasi .....	63
IV.4.3.	<i>Roadmap Strategy Positioning</i> Kolokial Coffee.....	64
IV.5.	Verifikasi Hasil Rancangan.....	65
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN .....		66
V.1.	Validasi Hasil Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i> .....	66
V.2.	Evaluasi Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i> .....	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		72
VI.1.	Kesimpulan .....	72
VI.2.	Saran.....	73
VI.2.1.	Saran Untuk Kolokial Coffee.....	73
VI.2.2.	Saran Untuk Tugas Akhir Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74