

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan pertolongan-Nya senantiasa memberikan kekuatan, ketenangan hati, dan hidayah-Nya untuk penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis *Positioning* Menu *Breakfast* Restoran Waralaba Siap Saji Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi: Kentucky Fried Chicken, Mc Donald’s, Pizza Hut dan Dunkin’ Donuts)”. Penulisan Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan program S1 jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Institut Manajemen Telkom.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Refi Rifaldi Windya Giri, ST.,MBA selaku dosen pembimbing utama yang dengan penuh perhatian selama ini bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sampai penyelesaian skripsi ini.
2. Yth. Bapak Dodie Tricahyono dan IbuElvira Azis selaku dosen penguji seminar proposal.
3. Yth. Ibu Indira Rachmawati dan Ibu Elvira Azis selaku dosen penguji sidang skripsi.
4. Yth. Bapak Jurry Hatammimi selaku dosen wali.
5. Yth. Bapak Irsan, Bapak Aam Amirudin,dan Bapak Dede yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu dalam proses mengumpulkan data.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Altif Abdoelatif dan Ibu Anny Myranika, terima kasih atas segala dukungan baik doa, kasih sayang, perhatian, moral, maupun sumbangan pikiran yang kalian berikan.
7. Kakak dan adik penulis Riska Altivani dan Raisa Altivira serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
8. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom yang telah berjasa kepada penulis. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
9. Semua guru-guru saya yang telah bersedia berbagi ilmu. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
10. Sahabat-sahabat penulis Mahfauzah Indri Wati, Davie Arief, Ichsan, Mutiara Anasta Ayu, Tri Lestari, Devita Rachmaghnia, Agustin Amborowati, Maghfirah, Siti Munawaroh, Nikki

Listianing Rahajeng, Nasihah Ulya, Firda Septa Florentina, Syahira Marina P, Dimas Darmawan, Wulandari Ayuning dan teman-teman kelas B angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat dan mendoakan untuk kelancaran penyusunan skripsi.

11. Sahabat-sahabat Penulis Dian Purnama Sari, Debri Nurinti, Enggar Pradipta, Putri Tika, Yeniar, Erin, Fellycia, Astrid, Hany, Meinartika, Nia, dan Syarifah yang selalu memberikan semangat dan mendoakan untuk kelancaran penyusunan skripsi.

Penulis tidak bisa memberikan apa-apa selain insya Allah doa yang terus menerus dipanjatkan. Hanya Allah Yang Maha Kuasa yang bisa membalas semua jasa-jasa bagi yang telah disebut di atas. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya rekan-rekan mahasiswa Universitas Telkom.

Bandung, April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR	LAMPIRAN
.....	xii
i	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi	1
1.2 Profil Perusahaan	1
1.2.1 KFC (<i>Kentucky Fried Chicken</i>)	1
1.2.2 McDonald's	2
1.2.3 Pizza Hut	2
1.2.4 Dunkin' Donuts	3
1.3 Latar Belakang	4
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Rangkuman Teori	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. <i>Market Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	12
3. Perilaku Konsumen	15
4. Proses Pengambilan Keputusan	16
5. Persepsi	18

6. Stimuli	19
7. Waralaba	20
8. Restoran	21
9. Menu <i>Breakfast</i>	22
10. Variabel-variabel yang di Gunakan dalam Penelitian	23
2.1.2 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran	36
2.3 Ruang Lingkup Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	39
3.2.2 Skala Pengukuran	39
3.3 Tahapan Penelitian	40
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	41
3.4.1 Populasi Penelitian	41
3.4.2 Sampel Penelitian	41
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	42
3.5 Pengumpulan Data	43
3.5.1 Sumber Data	43
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	43
3.5.3 Metode Desain Angket Kuesioner	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1 <i>Multidimensional Scaling</i>	45
3.7.2 MDS Nonatribut dan MDS Berbasis Atribut	47
3.7.3 Langkah <i>Multidimensional Scaling</i>	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Atribut Yang Digunakan Dalam Penelitian	50
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	53
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian menu <i>breakfast</i>	54
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Paling Sering Mengunjungi	54
4.2.8 Katakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan	55
4.2.9 Katakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	56
4.2.10 Katakteristik Responden Berdasarkan Menu yang Biasa Dipesan	57
4.3 Peta <i>Positioning</i>	58
4.3.1 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut	59
4.3.1.1 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Harga	59
4.3.1.2 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Pelayanan.....	60
4.3.1.3 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Variasi Menu	62
4.3.1.4 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Kualitas Rasa	63
4.3.1.5 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Suasana	65
4.3.1.6 Peta <i>Positioning</i> Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Berdasarkan Atribut Kebersihan	66
4.3.1.7 Peta <i>Positioning</i> Preferensi Konsumen Secara Keseluruhan	68
4.3.1.8 Klasifikasi Menu <i>Breakfast</i> Restoran Siap Saji Terhadap Atribut	69
4.4 Analisis Managerial	71
4.4.1 Atribut Harga	72
4.4.2 Atribut Pelayanan	73
4.4.3 Atribut Variasi Menu	74
4.4.4 Atribut Kualitas Rasa	76
4.4.5 Atribut Suasana Restoran	77
4.4.6 Atribut Kebersihan Area Restoran	79
4.4.7 Analisis <i>Positioning</i>	80
4.4.8 Strategi Hasil <i>Positioning</i>	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Praktisi	86
5.2.2 Saran Akademisi	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90