

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hanya milik Allah SWT. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas kehendak-Nya yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PETA PERSEPSI CAFÉ BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG (Studi Kasus Merek Excelso, J.CO Donuts & Coffee, Ngopi Doeloe, Bober Café, Kopi Progo, Kopi Lamping, dan Kopi Ireng)”**. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program S-1 di Institut Manajemen Telkom.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menghantarkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT. Atas semua nikmat berkah dan keridhoan-Nya dalam kehidupan peneliti.
2. Bapak Desman Tuwankotta dan Ibu Indra Susilowati sebagai kedua orang tua peneliti yang telah membesarkan dan mendidik peneliti serta tidak berhenti mendoakan dan keluarga besar yang telah memberi dukungan, semangat, dan perhatian tanpa pamrih selama perjalanan hidup peneliti.
3. Bapak Refi Rifaldi Windya Giri, ST., MBA selaku pembimbing di Institut Manajemen Telkom. Terimakasih yang tak terhingga untuk beliau yang dengan penuh kesabaran dan berkenan meluangkan waktu, pikiran, arahan, ilmu dan nasehat hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Ir. Tjahjono Djaktmiko, MBA dan Ibu Dini Turipanam Alamanda, STP, MSM selaku penguji seminar proposal skripsi di Institut Manajemen Telkom. Terimakasih atas saran, arahan, dan bimbingan yang diberikan.
5. Devi Savitri Mulyasari *“from the bottom of my heart, I would like to say thankyou for your kindness, love and everything”*.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan dan sahabat-sahabat Benteng bukan hanya di tempat kuliah melainkan di kehidupan peneliti, Aditya Hutomo Putra, Racka Asyana, Ichsan, Ardito Faiz Nur Firman, Boy Rachman, Boy Raffli Tambunan, Dian Eka Pradana, Anggriawan Anggih, Astrid Arnisa Yunita, Dhika Yasa Dinata, Dhimas Alit Saputra, Rizki Dhia Putra, Rizky Setya, Maulana Irfan, Ratih Andriyani dan rekan-rekan MBTI B 2009.
7. Sahabat Kami yang sudah saya anggap sebagai saudara sendiri Arif Novan Rismana, Yusron Hudan, dan Gerrizeta Febtian. Terimakasih atas dukungan, keasikan, kegilaan, dan telah berbagi suka cita selama ini.
8. Teman-teman kostan Sarijadi yang senantiasa memberikan motivasi dan keceriaan dalam kehidupan peneliti.
9. Staf pengajar, staf perpustakaan, staf BAAK, staf sekretariat Institut Manajemen Telkom yang telah membantu dalam kelangsungan kegiatan perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan masih jauh dari sempurna, karena kesempurnaan tentu hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sekalian sangat peneliti harapkan untuk terciptanya perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terimakasih.

Bandung, 20 Agustus 2013

Biginta Putradi Tuwankotta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I. Pendahuluan.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	7
BAB II. Tinjauan Pustaka Dan Lingkup Penelitian.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	8
2.1.1. Persepsi.....	8
2.1.2. Persepsi Subliminal.....	9
2.1.3. <i>Positioning</i>	9
2.1.4. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.5. Pengambilan Keputusan.....	12
2.1.6. <i>Stimulus</i>	13
2.1.7. <i>Perceptual Map</i>	14
2.1.8. Restoran.....	15
2.1.9. Jenis-jenis Restoran.....	15
2.1.10. Pekerjaan dan Pengelolaan Restoran.....	16
2.1.11. Harga.....	17
2.1.12. Promosi.....	17

2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.2.1. Literatur 1.....	18
2.2.2. Literatur 2.....	18
2.2.3. Literatur 3.....	19
2.2.4. Literatur 4.....	20
2.2.5. Literatur 5.....	20
2.2.6. Literatur 6.....	22
2.2.7. Literatur 7.....	22
2.2.8. Atribut berdasarkan penelitian terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III. Metode Penelitian.....	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.3. Tahapan Penelitian.....	29
3.4. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	30
3.4.1. Variabel Operasional.....	30
3.4.2. Skala Pengukuran.....	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6.1. Populasi.....	31
3.6.2. Sampel.....	31
3.6.3. Teknik Sampling.....	32
3.7. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	32
3.7.1. R Square (disingkat RSQ).....	33
3.7.2. Rumus Stres Kruskal.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	35
4.1. Karakteristik Responden.....	35
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	37
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Mengunjungi Kafe.....	38
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran di Kafe.....	39
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Menu Yang Dipesan.....	39
4.1.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengunjungi Kafe.....	40
4.2. Teknik Analisis Data Multidimensional Scaling.....	41
4.2.1. Perumusan Masalah.....	41
4.2.2. Memperoleh Input Data.....	41
4.2.3. Memilih Prosedur Penskalaan Multidimensional.....	42
4.2.4. Menentukan Banyaknya Dimensi.....	43
4.2.5. Berikan Label Nama Dimensi dan Interpretasi Konfigurasi.....	43
4.2.6. Evaluasi Keandalan dan Kesahihan.....	43
4.2.7. <i>Euclidean Distance</i>	44
4.3. Analisis dan Pembahasan.....	44
4.3.1. Atribut Yang Digunakan Untuk Menggambarkan Peta Persepsi Kafe Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Kota Bandung.....	44
4.3.2. Peta Persepsi Kafe Berdasarkan Tingkat Kesamaan.....	45
4.3.3. Peta Persepsi Kafe Berdasarkan Atribut.....	49
4.3.4. Klasifikasi Kafe Terhadap Atribut.....	57
4.3.5. Pembahasan.....	59
BAB V. Kesimpulan Dan Saran.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.1.1. Berdasarkan Data Kesamaan Kafe.....	64
5.1.2. Berdasarkan Data Preferensi Persepsi Konsumen Terhadap Kafe Berdasarkan Atribut.....	65
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	xi
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Proporsi Jumlah Kafe Kopi di Kota Bandung.....	2
Tabel 1.2	Laju Pertumbuhan Ekonomi Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Barat Menurut Industri Pengolahan.....	4
Tabel 1.3	Laju Pertumbuhan Perdagangan, Hotel, dan Restoran Provinsi Jawa Barat.....	4
Tabel 1.4	Rincian Rumah Makan / Restoran Menurut Kabupaten / Kota Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011....	5
Tabel 1.5	Proporsi Jumlah Restoran Dan Rumah Makan di Kota Bandung.....	6
Tabel 2.1	Summary Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.2	Atribut Restoran.....	25
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	30
Tabel 3.2	Populasi Konsumen Kafe di Kota Bandung.....	31
Tabel 4.1	Hasil Ranking Kesamaan Kafe.....	42
Tabel 4.2	Hasil Data Ranking Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut.....	42
Tabel 4.3	Atribut Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	43
Tabel 4.4	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Excelso.....	46
Tabel 4.5	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap J.CO Donuts & Coffee.....	46
Tabel 4.6	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Ngopi Doeloe.....	47
Tabel 4.7	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Bober Café.....	47
Tabel 4.8	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Kopi Progo.....	48
Tabel 4.9	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Kopi Lamping.....	48
Tabel 4.10	Euclidean Distance Kafe Lain Terhadap Kopi Ireng.....	49
Tabel 4.11	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Pelayanan.....	50
Tabel 4.12	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Harga.....	51
Tabel 4.13	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Kualitas Makanan.....	52
Tabel 4.14	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Atmosfer Kafe.....	53
Tabel 4.15	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Variasi Menu.....	54
Tabel 4.16	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Lokasi.....	55
Tabel 4.17	Euclidean Distance Kafe Terhadap Atribut Promosi.....	56
Tabel 4.18	Karakteristik Kafe Berdasarkan Keadaan Pelayanan, Harga, Kualitas Makanan, dan Promosi Sesungguhnya.....	60
Tabel 4.19	Karakteristik Kafe Berdasarkan Keadaan Menu, Lokasi, dan Atmosfer Sesungguhnya.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proporsi Jumlah Restoran Dan Rumah Makan di Kota Bandung.....	1
Gambar 1.2	Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman Indonesia.....	3
Gambar 2.1	Proses <i>Perseptual</i>	8
Gambar 2.2	Model Keseluruhan Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.3	Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen.....	12
Gambar 2.4	<i>Perceptual Map</i>	14
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	29
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	38
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Mengunjungi Kafe.....	38
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran di Kafe.....	39
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Menu Yang Dipesan.....	40
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengunjungi Kafe.....	41
Gambar 4.10	Pemberian Label Peta Spasial.....	43
Gambar 4.11	Peta Persepsi Kafe Berdasarkan Tingkat Kesamaan.....	45
Gambar 4.12	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Pelayanan.....	50
Gambar 4.13	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Harga.....	51
Gambar 4.14	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Kualitas Makanan.....	52
Gambar 4.15	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Atmosfer Kafe.....	53
Gambar 4.16	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Variasi Menu.....	54
Gambar 4.17	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Lokasi.....	55
Gambar 4.18	Peta Persepsi Preferensi Kafe Berdasarkan Atribut Promosi.....	56
Gambar 4.18	Peta Persepsi Kafe Berdasarkan Atribut Secara Keseluruhan.....	57
Gambar 4.20	Klasifikasi Kafe Terhadap Atribut.....	57
Gambar 4.21	Klasifikasi Pertama Konsumen Mempersepsikan Kafe Terhadap Atribut.....	58
Gambar 4.22	Klasifikasi Kedua Konsumen Mempersepsikan Kafe Terhadap Atribut.....	58
Gambar 4.23	Klasifikasi Ketiga Konsumen Mempersepsikan Kafe Terhadap Atribut.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A Profil Perusahaan
- LAMPIRAN B Kuesioner
- LAMPIRAN C Hasil Olahan SPSS 18
- LAMPIRAN D Matrik Data Mentah Kuesioner
- LAMPIRAN E Summary Data Jumlah Kuesioner
- LAMPIRAN F Summary Daya Ranking Kuesioner
- LAMPIRAN G Detail Proses *Multidimensional Scaling*
- LAMPIRAN H *Eucliden Distance*