

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan Rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat melewati perjalanan hidup yang penuh tantangan, khususnya dalam penyelesaian pengerjaan karya tulis ini sebagai tugas akhir. Skripsi yang berjudul "Studi Pengembangan Bisnis Kafe di Kota Semarang Dengan Pendekatan Marketing Mix 7p (Studi pada Bug's Coffee and Maryam)". disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis di Institut Manajemen Telkom Bandung.

Selama proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini banyak pihak yang membantu dan memberikan masukan termasuk juga memberikan fasilitas sehingga skripsi berjalan dengan lancar. Karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Ratna L Nugroho, M.M selaku pembimbing skripsi yang tak henti-hentinya memberikan masukan, imbauan, arahan dan dukungan agar penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Para dosen dan civitas akademik di Institut Manajemen Telkom yang telah mengantar penulis hingga pada titik akhir pendidikan sarjana ini.
3. Untuk teman-teman *Bug's Coffee and Maryam* yang selalu memberi semangat, dukungan dan bantuan untuk kelancaran penulisan karya ilmiah ini. Semoga kafe kita semakin maju dan berkembang.
4. Rekan-rekan terimakasih untuk kebersamaannya, suka dukanya kekonyolan dan kebodohan yang pernah dilakukan bersama-sama. Untuk Teguh Setyono, Aji Bayu Seto, Reza Marchandika, Dwi Hary susanto, Andree Widi Hutomo, Intan Permatasari, Lucky Pradityo

dan teman-teman dekat saya lain nya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

5. Terima kasih untuk pemilik kos yang sudah menampung saya disini dan mempunyai tempat untuk mengerjakan skripsi ini, dan maaf kalo suka telat bayar kosan.
6. Khusus untuk Margaretha Ernila Dyanasari terimakasih untuk semua masukan, kritik, support, suka dukanya dan semuanya sampai pengumpulan skripsi ini. God Bless You, Always. Sukses selalu.
7. Dan untuk seluruh warga Semarang yang terhormat yang telah banyak memberikan saya pelajaran terimakasih untuk hal-hal yang tak terduga terimakasih sudah jadi bagian dari hidup saya.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun penting bagi penulis dalam memperbaiki kekurangan tersebut.

Bandung, 22 Maret 2013



Seno Asrianto Putro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi	3
1.1.4 Produk	5
1.1.5 Sumber Daya Manusia.....	6
1.1.6 Strategi Pemasaran	7
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pengertian <i>Marketing</i>	18
2.1.2 <i>Marketing Strategy</i>	19
2.1.3 Pengertian Jasa	21
2.1.4 Karakteristik Jasa.....	22
2.1.5 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	23
2.1.6 <i>Marketing mix</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	41
 BAB III METODE PENELITIAN	
 3.1 Jenis Penelitian	 43
3.2 Variabel Operasional	44
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran	46
3.3 Tahapan Penelitian	47
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	49
3.4.3 Teknik Sampling	50
3.5 Pengumpulan Data	51
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reabilitas.....	57
3.7 Teknik Analisis Data	59
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	59

3.7.2	Garis kontinum.....	61
-------	---------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Persaingan.....	63
4.2	Analisis <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>.....	64
4.2.1	<i>Segmentation</i>	64
4.2.2	<i>Targeting</i>	65
4.2.3	<i>Positioning</i>	65
4.3	Karakteristik Responden.....	65
4.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.3.2	Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.3.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.3.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	69
4.2	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1	Gambaran Variabel <i>Product</i>	70
4.2.2	Gambaran Variabel <i>Price</i>	72
4.2.3	Gambaran Variabel <i>Promotion</i>	73
4.2.4	Gambaran Variabel <i>Place</i>	76
4.2.5	Gambaran Variabel <i>People</i>	78
4.2.6	Gambaran Variabel <i>Process</i>	79
4.2.7	Gambaran Variabel <i>Physical evidence</i>	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

1.1 Daftar Menu <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	5
1.2 Komposisi SDM Tiap Bagian.....	6
1.3 Data <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	11
1.4 Data Kompetitor : <i>Deoholic</i>	11
1.5 Data Kompetitor : Hans Kopi	12
1.6 Data Kompetitor : Jakwir.....	12
1.7 Data Kompetitor : HR Kopi.....	13
3.1 Operasional variable Kuesioner Untuk Pelanggan	45
3.2 Skala Pengukuran	47
3.3 Hasil Uji Validitas.....	55
3.4 Indeks Reabilitas.....	58
3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
3.6 Klasifikasi Kriteria penilaian Presentase	60
4.1 Persaingan.....	63
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.3 Responden Usia*Jenis Kelamin.....	67
4.4 Responden Pekerjaan*Jenis Kelamin.....	68
4.5 Responden Penghasilan*Jenis Kelamin.....	69
4.6 Analisis <i>Product</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	70
4.7 Analisis <i>Price</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	72
4.8 Analisis <i>Promotion</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	74
4.9 Analisis <i>Place</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	76
4.10 Analisis <i>People</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	78
4.11 Analisis <i>Process</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	79
4.12 Analisis <i>Phisycal evidance</i> <i>Bug's Coffee and Maryam</i>	78

DAFTAR GAMBAR

1.1 Struktur Organisasi	3
1.2 Foto Fenomena Hang Out di Semarang	8
1.3 Peta Lokasi Bug's dan Kompetitor	10
2.1 <i>Marketing Strategi Proses</i>	20
2.2 KerangkaPemikiran.....	41
3.1 Tahapan Penelitian.....	48
3.2 Garis Kontinum	62
4.1 Garis Kontinum Variabel <i>Product</i>	71
4.2 Garis Kontinum Variabel <i>Price</i>	73
4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Promotion</i>	75
4.4 Garis Kontinum Variabel <i>Place</i>	77
4.5 Garis Kontinum Variabel <i>People</i>	79
4.6 Garis Kontinum Variabel <i>Process</i>	80
4.7 Garis Kontinum Variabel <i>Phisycal evidance</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Coding Pretest.....	93
Lampiran 3 Hasil Uji dengan SPSS	96
Lampiran 4 Foto Dokumentasi	98
Lampiran 5 Coding kuesioner	100
Lampiran 6 Coding kuesioner	107