

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Alternatif Solusi .....	9
I.3 Perumusan Masalah .....	11
I.4 Tujuan Penelitian .....	12
I.5 Manfaat Tugas Akhir .....	12
I.6 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	15
II.1 Literatur / teori / konsep umum / model / kerangka standar.....	15
II.1.1 Manajemen Pemasaran .....	15
II.1.2 <i>Customer Engagement</i> .....	15
II.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....	16
II.1.4 <i>Brand Performance</i> .....	16
II.1.5 <i>Positioning</i> .....	17
II.1.6 <i>Perceptual Mapping</i> .....	18

II.2 Pemilihan teori / konsep umum / model / kerangka standar .....	19
II.3 <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i> .....	20
II.4 Atribut Produk .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN</b> .....	28
III.1 Sistematika Perancangan.....	28
III.1.1 Tahap Pendahuluan .....	31
III.1.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	31
III.1.3 Uji Kelayakan dengan Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	32
III.1.4 Tahap Analisis Hasil <i>Perceptual Mapping</i> .....	33
III.1.5 Tahap Evaluasi dan Memberikan Rekomendasi Perbaikan .....	33
III.1.6 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	33
III.2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi.....	33
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir .....	34
III.3.1 Batasan Penelitian .....	34
III.3.2 Asumsi Penelitian.....	34
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	35
IV.1.1 Tahap Pengumpulan Data .....	35
IV.1.2 Tahap Pengolahan Data .....	36
IV.1.3 Pengolahan Data Menggunakan Metode <i>Multidimensional Scaling</i> .....	36
IV.1.4 <i>Perceptual Mapping</i> .....	37
IV.1.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> Hasil <i>Perceptual Mapping</i> .....	38
IV.1.6 Analisis Hasil Jarak <i>Euclidean</i> .....	39
IV.2.4.1 Analisis Hasil Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Atmosfir.....	39
IV.2.4.2 Analisis Hasil Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Kualitas Makanan ..	40
IV.1.7 Analisis terhadap Kondisi Persaingan Merek Restoran.....	45
IV.1.8 Analisis Pesaing Terdekat.....	46

IV.1.9 Analisis Rancangan Perbaikan.....	47
BAB V ANALISIS .....	53
V.1 Verifikasi dan Validasi Hasil Rancangan.....	53
V.1.1 Verifikasi Hasil Rancangan.....	53
V.1.2 Analisis Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi.....	54
V.1.3 Validasi Hasil Rancangan .....	56
V.2 Analisis Hasil Rancangan.....	57
V.2.1 Evaluasi Hasil Rancangan.....	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	63
VI.1 Kesimpulan .....	63
VI.2 Saran .....	64
VI.2.1 Saran untuk Kita Steamboat & Yakiniku.....	64
VI.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65