

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	11
2.1.2 Pengertian Wisata Kuliner.....	11
2.1.3 Pengertian Restoran.....	12
2.2 Kajian Pustaka Teoritis.....	16
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	16
2.2.2 Pengertian Strategis.....	16
2.2.3 Pengertian Manajemen Strategis.....	17
2.2.4 Tujuan Manajemen Strategis.....	19
2.2.5 Manfaat Manajemen Strategis.....	19
2.2.6 Proses Manajemen Strategis.....	21
2.2.7 Tingkat-Tingkat Strategis.....	23

2.2.8 Visi Misi dan Tujuan Perusahaan.....	25
2.2.9 Analisis Lingkungan Eksternal.....	25
2.2.10 Analisis Lingkungan Internal.....	26
2.2.11 Penjelasan Matriks.....	26
2.3 Kajian Empirik.....	37
2.4 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Informan Penelitian.....	44
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	45
3.3.3 Teknik Sampling.....	46
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.5 Uji Validitas.....	50
3.6 Uji Reliabilitas.....	52
3.7 Instrumen Penelitian.....	54
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.8.1 Data Primer.....	56
3.8.2 Data Sekunder.....	58
3.9 Teknik Analisis Data.....	58
3.9.1 Proses Analisis Data.....	59
3.9.2 Metode Pengolahan.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.1.1 Sejarah Ramen AA.....	73
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Ramen AA.....	74
4.1.3 Struktur Organisasi Ramen AA.....	75
4.2 Gambaran Umum Responden.....	76
4.2.1 Karakteristik Responden.....	76

4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	77
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Faktor Internal Ramen AA.....	79
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Kekuatan Ramen AA.....	79
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Kelemahan Ramen AA.....	85
4.2.3	Rekapitulasi Variabel Faktor Internal Ramen AA.....	90
4.3	Analisis Data dan Pembahasan.....	91
4.3.1	Kondisi Lingkungan Eksternal.....	91
4.3.1.1	Peluang (<i>Opportunities</i>).....	91
4.3.1.2	Ancaman (<i>Threat</i>).....	98
4.3.2	Kondisi Lingkungan Internal.....	103
4.3.2.1	Kekuatan (<i>Strength</i>).....	104
4.3.2.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	107
4.4	Analisis Faktor-faktor Peluang, Ancaman, Kekuatan dan Kelemahan Ramen AA.....	113
4.5	Formulasi Strategi.....	115
4.5.1	Penilaian Matriks EFE/ EFAS.....	115
4.5.2	Penilaian Matriks IFE/ IFAS.....	117
4.5.3	Matriks IE.....	118
4.5.4	Matriks SWOT.....	120
4.6	Penentuan Strategi Menggunakan QSPM.....	126
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1	Simpulan.....	133
5.2	Saran.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Potensi Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2014	3
Tabel 1.2 Daftar Cabang Ramen AA di Kota Bandung.....	5
Tabel 1.3 Daftar Nama Pesaing Ramen AA di Daerah Gegerkalong.....	5
Tabel 1.4 Data Pengunjung Ramen AA.....	5
Tabel 1.5 Data Penjualan Ramen AA Cabang Gegerkalong Girang.....	6
Tabel 2.1 Kajian Empirik.....	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	47
Tabel 3.2 Hasil Analisis Instrumen Faktor Internal Ramen AA.....	52
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
Tabel 3.4 Jenis dan Sumber Data.....	58
Tabel 3.5 Matriks EFAS.....	62
Tabel 3.6 Matriks IFAS.....	63
Tabel 3.7 Matriks <i>Quantitative Strategies Planning</i>	70
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Harga yang Ditawarkan Ramen AA Terjangkau.....	79
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Ramen AA Strategis.....	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Ramen AA Memiliki Ciri Khas Sambal Rempah.....	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kesesuaian Porsi Menu yang Disajikan Ramen AA.....	81
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Citra Ramen AA yang Sudah Terkenal.....	82
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan yang Disajikan Inovatif.....	83
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kenyamanan Makan di Ramen AA.....	84
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kelezatan Menu yang Disajikan Ramen AA.....	84
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Promosi yang Dilakukan Oleh Ramen AA.....	85
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Luas Tempat Makan yang Tersedia di Ramen AA.....	86
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemudahan Parkir Kendaraan di Ramen AA.....	87
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepuasan dalam Pelayanan yang Diberikan Sesuai dengan yang Diharapkan.....	88
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas yang Tersedia di Ramen AA.....	89
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Menu yang Disajikan....	89
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kebersihan Ramen AA....	90

Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Internal Ramen AA.....	91
Tabel 4.21 Daftar Nama Pesaing Ramen Daerah Gegerkalong Girang.....	95
Tabel 4.22 Rekapitulasi Potensi Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2014.....	97
Tabel 4.23 Harga Bahan Bakar Minyak pada Tahun 2013-2015.....	99
Tabel 4.24 Daftar Beberapa Pesaing Ramen AA.....	100
Tabel 4.25 Daftar Beberapa Restoran Korea di Kota Bandung.....	101
Tabel 4.26 Daftar Cabang Ramen AA.....	106
Tabel 4.27 Matriks EFAS.....	115
Tabel 4.28 Matriks IFAS.....	117
Tabel 4.29 Matriks SWOT Ramen AA.....	121
Tabel 4.30 Tabel Peringkat Alternatif Strategi Di Ramen AA.....	127
Tabel 4.31 Perbandingan Kondisi Ramen AA Sekarang dengan Kondisi Ramen AA Setelah Melakukan Pengembangan Bisnis.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajmen Strategis.....	21
Gambar 2.2 Matriks Internal-Eksternal.....	28
Gambar 2.3 Matriks Kuadran SWOT.....	29
Gambar 2.4 Matriks Strategi Berdasarkan SWOT.....	30
Gambar 2.5 Diagram Cartesius <i>SPACE Matrix</i>	32
Gambar 2.6 9 Sel IE Matriks.....	33
Gambar 2.7 <i>Matrix BCG</i>	34
Gambar 2.8 Matriks <i>Grand Strategy</i>	36
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1 Triangulasi “Teknik” Pengumpulan Data (Bermacam-macam Cara Pada Sumber yang Sama).....	57
Gambar 3.2 Triangulasi “Sumber” Pegumpulan Data. (Satu Teknik Pengumpulan Data pada Bermacam-macam Sumber Data A, B, C).....	57
Gambar 3.3 Komponen dalam Analisis Data (<i>interactive model</i>).....	60
Gambar 3.4 Matriks IE.....	64
Gambar 3.5 Matriks SWOT.....	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ramen AA.....	75
Gambar 4.2 Matriks Internal-Eksternal (IE) Ramen AA.....	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	1
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian.....	3
Lampiran 3 Karakteristik Responden Konsumen Ramen AA.....	11
Lampiran 4 Tabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Internal Ramen AA.....	12
Lampiran 5 Tabel QSPM Ramen AA.....	14
Lampiran 6 Data Penjualan Ramen AA.....	16
Lampiran 7 Daftar Menu Ramen AA.....	28
Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	29
Lampiran 9 Rekapitulasi dan Daftar Nama Potensi Restoran dan Rumah Makan Berijin di Kota Bandung Tahun 2014.....	30
Lampiran 10 Lembar Bimbingan Skripsi.....	47
Lampiran 11 Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	50
Lampiran 12 Surat Keputusan Dosen Penguji Sidang Skripsi.....	58
Lampiran 13 Foto Bersama Pemilik dan Manajer Ramen AA.....	61
Lampiran 14 Riwayat Hidup.....	62