

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
2.1 Rumusan Masalah	5
3.1 Tujuan Penelitian	5
4.1 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Pariwisata	7
2.2 Pengertian Restoran	8
2.3 Pengertian Bisnis	9
2.4 Studi Kelayakan Bisnis	9
2.4.1 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	10
2.4.2 Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis	11
2.4.3 Aspek-aspek Penilaian Bisnis	12
2.4.4 Tahap-tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis	14
2.5 Aspek Pasar dan Pemasaran	15
2.5.1 Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran Posisi Pasar	16
2.5.1.1 Segmentasi Pasar,.....	16
2.5.1.2 Pasar Sasaran (<i>Market Targeting</i>)	17

2.5.1.3 Posisi Pasar (<i>Market Positioning</i>)	18
2.5.2 Strataegi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
2.5.2.1 Strategi Produk	20
2.5.2.2 Strategi Harga	21
2.5.2.3 Strategi Lokasi dan Distribusi	21
2.5.2.4 Strategi Promosi	22
2.5.3 Cara Mengestimasi Pasar	22
2.6 Aspek Keuangan	23
2.6.1 Sumber-sumber Dana	24
2.6.2 Biaya Kebutuhan Investasi	24
2.6.3 Kriteria Penilaian Investasi	25
2.6.3.1 <i>Payback Period (PP)</i>	26
2.6.3.2 <i>Net Present Value (NPV)</i>	26
2.6.3.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	27
2.6.3.4 <i>Pofitabilitas Index (PI)</i>	28
2.7 Hasil Studi Kelayakan Bisnis	28
2.8 Kajian Empirik Penelitian Sebelumnya	28
2.9 Kerangka Berfikir	30
2.10 Hipotesis	30
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metodologi Penelitian	31
3.3 Definisi Variabel Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	34
2.4.1 Populasi	34
2.4.2 Sampel	35
3.5 Teknik Sampling	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analisa Data	37
3.7.1 Aspek Pasar dan Pemasaran	37
3.7.2 Aspek Keuangan	38

3.8 Pengujian Alat Instrumen Penelitian	39
3.8.1 Uji Validitas	39
3.8.2 Uji Relabilitas	40
3.9 Pengolahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Profil <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	42
4.1.2 Struktur Organisasi <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	43
4.1.3 Karakteristik Responden.....	43
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.4 Pengalaman Responden	45
4.1.4.1 Informasi	46
4.1.4.2 Alasan.....	46
4.2 Gambaran Usaha	46
4.3 Analisis Aspek Pemasaran	47
4.3.1 Bauran Pemasaran 4P	47
4.3.2 Hasil Analisis Bauran Pemasaran 4P	67
4.4 Analisa Aspek Finansial.....	69
4.4.1 Metode Penilaian Investasi	74
4.5 Hasil Analisis Aspek Keuangan.....	78
4.6 Matriks Hasil Penelitian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Unit Kegiatan Perdagangan Menurut Desa di Kecamatan Soreang Tahun 2015.....	2
Tabel 1.2	Data Penjualan <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2	Jumlah Pengunjung Harian <i>Café</i> Roemah Sebelah Periode 20 April – 25 April	34
Tabel 3.3	Uji Validitas Kuisisioner Ke 30 Responden <i>Café</i> Roemah Sebelah Mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis	39
Tabel 3.4	Uji Relabilitas Kuisisioner Ke 30 Responden Responden <i>Café</i> Roemah Sebelah Mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis	40
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.5	Gambaran Responden Berdasarkan Informasi.....	46
Tabel 4.6	Gambaran Responden Berdasarkan Alasan	46
Tabel 4.7	Cita Rasa Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah	48
Tabel 4.8	Penampilan Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	49
Tabel 4.9	Aroma Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	49
Tabel 4.10	Kebersihan Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	50
Tabel 4.11	Kesegaran Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	51
Tabel 4.12	Rekapitulasi Skor Kualitas Produk <i>Café</i> Roemah Sebelah.....	51
Tabel 4.13	Kualitas Produk	52

Tabel 4.14 Keterjangkauan Harga Café Roemah Sebelah	54
Tabel 4.15 Tingkat Daya Tarik Harga Terhadap Produk Café Roemah Sebelah ..	54
Tabel 4.16 Kesesuaian Harga yang Ditawarkan Terhadap Kualitas Produk Café Roemah Sebelah	55
Tabel 4.17 Harga yang Ditawarkan Lebih Murah Dari Café Lainnya	56
Tabel 4.18 Rekapitulasi Skor Harga Café Roemah Sebelah.....	56
Tabel 4.19 Kualitas Produk	58
Tabel 4.20 Kemudahan Lokasi Untuk Diakses	59
Tabel 4.21 Kesetategisan Lokasi Café Roemah Sebelah.....	60
Tabel 4.22 Kecukupan Lahan yang Disediakan Café Roemah Sebelah	60
Tabel 4.23 Rekapitulasi Skor Lokasi Café Roemah Sebelah.....	61
Tabel 4.24 Lokasi	62
Tabel 4.25 Promosi Melalui Media Cetak Café Roemah Sebelah.....	63
Tabel 4.26 Promosi Melalui Media Online Café Roemah Sebelah	64
Tabel 4.27 Promosi Melalui Mulut ke Mulut.....	65
Tabel 4.28 Rekapitulasi Skor Promosi Café Roemah Sebelah	65
Tabel 4.29 Promosi.....	66
Tabel 4.30 Hasil Kuisisioner Aspek Pemasaran 4P	67
Tabel 4.31 Jumlah Penjualan Café Roemah Sebelah Periode September 2014 – April 2016	70
Tabel 4.32 Total Revenue Café Roemah Sebelah.....	70
Tabel 4.33 Biaya Investasi Café Roemah Sebelah.....	71
Tabel 4.34 Biaya Operasional Per-5 Bulan Café Roemah Sebelah	71
Tabel 4.35 Biaya Tetap Café Roemah Sebelah Per 5 Bulan.....	73
Tabel 4.36 Biaya Pengeluaran Café Roemah Per 5 Bulan Sebelah Periode September 2014 – April 2016	73
Tabel 4.37 Rata-rata Biaya Café Roemah Sebelah Per 5 Bulan Periode September 2014 – April 2016	73
Tabel 4.38 Hasil Perhitungan Penilaian Investasi Cafe Roemah Sebelah	78
Tabel 4.39 Matriks Hasil Penelitian.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Café Roemah Sebelah.....	43