

ABSTRAK

Jane's Catering merupakan salah satu penyedia jasa boga yang berada di Jalan HOS. Cokroaminoto No. 33, RT 02, RW 07, Kelurahan Arjuna, Kecamatan Cicendo, Kota Bandung. Jane's Catering menyediakan jasa boga untuk resepsi pernikahan khususnya di Kota Bandung selama lebih dari 20 tahun. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada acara pernikahan karena keuntungan yang di dapat dari acara ini jauh lebih besar daripada acara-acara lainnya. Target yang diharapkan oleh Jane's Catering, yaitu 52 konsumen per tahun tidak pernah tercapai, maksimal hanya 55,77% target yang tercapai, yaitu pada tahun 2007. Walaupun ada peningkatan konsumen yang datang tiap tahunnya dan perusahaan tidak mengalami kerugian, namun jumlah konsumen yang datang jauh di bawah pesaing. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Jane's Catering saat ini belum mampu mencapai target yang diharapkan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk meningkatkan pasar Jane's Catering.

Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah siklus hidup organisasi, *Strengths Weakness Opportunities Threats (SWOT)*, dan bauran pemasaran jasa. Dimensi-dimensi dalam bauran pemasaran jasa adalah *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Provision of Customer Service*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, teknik wawancara, dan penyebaran kuesioner. Pertama dilakukan penelitian pendahuluan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan tujuan untuk mendapatkan pernyataan-pernyataan yang dipentingkan oleh responden mengenai suatu bisnis jasa boga. Penentuan jumlah sampel penelitian berdasarkan rumus Slovin. Ada empat jenis responden, yang pertama yaitu responden yang belum pernah merasakan jasa boga untuk acara pernikahan, teknik sampling yang digunakan adalah *Sampling Purposive*, dengan jumlah sampel 100. Yang kedua yaitu responden yang pernah merasakan jasa boga Jane's Catering, teknik sampling yang digunakan adalah *Sampling Purposive*, dengan jumlah sampel 85. Yang ketiga yaitu responden yang pernah merasakan jasa boga Citra Catering, dan yang keempat yaitu responden yang pernah merasakan jasa boga Yin Siang Catering. Teknik sampling yang digunakan untuk responden kelompok ketiga dan keempat adalah *Snowball Sampling*, dengan jumlah sampel masing-masing 85. Tujuan dari kuesioner penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai kepentingan dan kepuasan.

Analisis data yang pertama dilakukan adalah siklus hidup organisasi. Tahap siklus organisasi Jane's Catering saat ini berada di tahap *Collectivity Stage*; kemudian dilakukan analisis tingkat kepentingan dan kepuasan, hasilnya digunakan untuk *Importance Performance Analysis (IPA)* 4 Kuadran, analisis *gap*, dan *Competitive Profile Matrix (CPM)* dalam analisis SWOT. Dari hasil IPA 4 Kuadran, hampir semua variabel masuk ke dalam kuadran II (*maintain*); dari hasil analisis *gap*, hampir semua variabel menyatakan persepsi konsumen lebih rendah dari harapan konsumen, dan hasil analisis SWOT, posisi Jane's Catering berada di kuadran IV (*grow and build*). Strategi-strategi pemasaran yang cocok digunakan untuk menghadapi permasalahan Jane's Catering adalah: penetrasi pasar, pengembangan pasar, *backward integration*, *forward integration*, *market challenger*, diferensiasi, dan usulan perbaikan *gap*.

Usulan-usulan yang diberikan berhubungan dengan perbaikan desain organisasi dan strategi-strategi pemasaran. Usulan-usulan yang diberikan antara lain adalah membuat divisi *marketing*, menyiapkan calon penerus, melakukan ekspansi, membina hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok, penambahan variasi makanan, pemberian paket hemat, pembuatan surat kerjasama, dan lain-lain.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-4
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-6
1.4. Perumusan Masalah	1-7
1.5. Tujuan Penelitian	1-7
1.6. Sistematika Penulisan	1-8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Jasa	2-1
2.1.1. Pengertian Jasa	2-1
2.1.2. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.2. Pemasaran	2-4
2.2.1. Konsep Pemasaran.....	2-4
2.2.2. Tahap-Tahap Evolusi Pemasaran.....	2-5
2.2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	2-5
2.2.4. Tujuan dan Fungsi Manajemen Pemasaran.....	2-5
2.3. Pemasaran Relasional	2-6
2.3.1. Perbedaan Pemasaran Tradisional dengan Relasional.....	2-7
2.3.2. Konsep Inti dan Tujuan Pemasaran Relasional	2-8
2.4. Segmentasi Pasar Jasa	2-10
2.5. Penargetan (<i>Targeting</i>) Pasar Jasa.....	2-13
2.6. <i>Positioning</i> dan Differensiasi Jasa.....	2-15

2.7. Bauran Pemasaran Jasa.....	2-17
2.7.1. Produk	2-18
2.7.1.1. Merek dan Diferensiasi	2-19
2.7.1.2. Bukti Fisik.....	2-20
2.7.1.3. Keputusan Produk Jasa	2-20
2.7.1.4. Strategi Pemasaran Produk (Jasa)	2-21
2.7.2. Harga	2-24
2.7.2.1. Tujuan Penetapan Harga	2-24
2.7.2.2. Strategi Penetapan Harga	2-25
2.7.3. Promosi	2-35
2.7.4. Tempat (Sistem Penyampaian Jasa).....	2-36
2.7.4.1. Lokasi.....	2-36
2.7.4.2. Saluran Distribusi.....	2-36
2.7.5. Orang.....	2-37
2.7.6. Proses	2-38
2.7.7. Layanan Konsumen.....	2-39
2.8. Teknik Pengumpulan Data	2-40
2.9. Populasi dan Sampel.....	2-42
2.10. Teknik Sampling.....	2-43
2.11. Skala Pengukuran	2-45
2.11.1. Macam-Macam Skala Pengukuran	2-45
2.11.2. Tipe Skala Pengukuran	2-46
2.12. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-47
2.12.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-47
2.12.1.1. Pengujian Validitas	2-47
2.12.1.2. Pengujian Reliabilitas	2-48
2.13. Uji Hipotesis	2-49
2.14. <i>Cochran Q test</i>	2-51
2.15. Analisis <i>SWOT</i>	2-51
2.15.1. Analisis SW-Acuan Posisi Organisasi.....	2-51
2.15.2. Analisis SWOT-Identifikasi Strategi Korporasi	2-52

2.15.3. <i>Ansoff Strategy</i>	2-53
2.15.4. <i>Generic Strategy</i> : Alat Bersaing	2-55
2.15.5. Strategi Bersaing: Posisi Pesaing Terhadap Perusahaan.....	2-57
2.15.6. Lima Tekanan Dari Kompetisi (Model Porter).....	2-58
2.15.7. Alternatif Strategi Korporasi: <i>Grand Strategy</i>	2-60
2.15.8. <i>Matriks Grand Strategy</i>	2-63
2.15.9. <i>Internal-External Matriks</i>	2-64
2.16. <i>Importance Performance Analysis</i>	2-68
2.17. Dimensi Organisasi.....	2-69

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Diagram Alir Penelitian	3-1
3.2. Keterangan Diagram Alir Penelitian	3-3
3.2.1. Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.2.2. Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-5
3.2.3. Studi Pustaka.....	3-6
3.2.4. Pembuatan Kisi-Kisi Instrumen Berdasarkan Metode Siklus Hidup Organisasi, <i>SWOT</i> & Bauran Pemasaran Jasa.....	3-6
3.2.5a Pembuatan Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	3-10
3.2.5b Pembuatan Pedoman Wawancara.....	3-10
3.2.6a Uji Validitas Konstruksi Kuesioner.....	3-11
3.2.6b Uji Validitas Konstruksi Pedoman Wawancara.....	3-11
3.2.7a Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	3-12
3.2.7b Pengumpulan Data dari Perusahaan.....	3-14
3.2.8 <i>Cochran Q Test</i>	3-14
3.2.9 Penentuan Teknik Sampling, Jumlah Responden dan Siapa Respondennya.....	3-14
3.2.10 Pembuatan Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.2.11 Penyebaran Kuesioner Penelitian (30).....	3-16
3.2.12 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.2.13 Uji Validitas Isi.....	3-16

3.2.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian (Jumlah Sampel).....	3-17
3.2.15 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian.....	3-17
3.2.16 Uji Reliabilitas	3-17
3.2.17 Pengolahan Data.....	3-18
3.2.18 Analisis Data.....	3-18
3.2.19 Usulan Desain Organisasi dan Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran Jasa.....	3-22
3.2.20 Kesimpulan dan Saran.....	3-22

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.2. Hasil Penelitian Awal Mengenai Jane's Catering Sebagai Penyedia Jasa Boga di Kota Bandung	4-2
4.3. Struktur Organisasi Jane's Catering	4-3
4.4. Produk Jane's Catering	4-5
4.5. Pengumpulan Data Penelitian Pendahuluan	4-9
4.6. Pengumpulan Data Penelitian Kuesioner	4-11
4.6. Pengumpulan Data Penelitian Wawancara	4-19
4.7. Strategi Pemasaran Jane's Catering	4-28
4.7.1. Produk.....	4-28
4.7.2. Harga	4-28
4.7.3. Saluran Distribusi	4-29
4.7.4. Promosi.....	4-29
4.7.5. Orang	4-29
4.7.6. Proses.....	4-30
4.7.7. Layanan Pelanggan.....	4-30

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas Internal.....	5-1
5.1.2 Pengujian Validitas Eksternal	5-2

5.1.3 Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-15
5.2. Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-15
5.3. Perhitungan Tingkat Kepuasan	5-21
5.4. Analisis Organisasi Jane's Catering.....	5-25
5.4.1 Analisis Desain Organisasi Jane's Catering.....	5-25
5.4.1.1 Dimensi Struktural.....	5-25
5.4.1.2 Dimensi Kontekstual	5-27
5.4.2 Analisis Siklus Hidup Organisasi Jane's Catering.....	5-30
5.4.3 Usulan Desain Organisasi Jane's Catering untuk Menuju Tahap <i>Formalization Stage</i>	5-31
5.4.3.1 Dimensi Struktural.....	5-31
5.4.3.2 Dimensi Kontekstual	5-34
5.5. Analisis <i>Pie Chart</i>	5-35
5.5.1. Segmentasi Pelanggan yang Belum Pernah Merasakan Jasa Catering untuk Pernikahan.....	5-35
5.5.2. Segmentasi Pelanggan yang Pernah Merasakan Jasa Jane's Catering untuk Pernikahan.....	5-46
5.5.3. Segmentasi Pelanggan yang Pernah Merasakan Jasa Citra Catering untuk Pernikahan.....	5-58
5.5.4. Segmentasi Pelanggan yang Pernah Merasakan Jasa Yin Siang (Y.S) Catering untuk Pernikahan.....	5-69
5.6. Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran.....	5-80
5.7. Analisis <i>Gap</i> Antara Persepsi Dengan Harapan Konsumen.....	5-94
5.8. Analisis <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-118
5.8.1 Usulan <i>Targeting</i> Pasar Jane's Catering.....	5-118
5.8.2 Usulan <i>Positioning</i> Jane's Catering.....	5-119
5.9 Analisis <i>SWOT</i>	5-122
5.9.1 Identifikasi Alternatif Strategi Bisnis.....	5-122
5.9.2 <i>Generic Strategy</i> : Alat Bersaing.....	5-122
5.9.3 Analisis SW- Acuan Posisi Organisasi.....	5-122
5.9.4 Matriks <i>Grand Strategy</i>	5-124

5.9.5 Strategi Bersaing: Posisi Perusahaan Terhadap Pesaing.....	5-125
5.9.6 <i>Internal-External Matrix</i>	5-125
5.9.7 Analisis SWOT: Identifikasi Strategi Korporasi	5-128

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	6-1
6.1.1. Tahap Siklus Hidup Organisasi Jane's Catering Saat Ini	6-1
6.1.2. Konsep Strategi Pemasaran yang Diterapkan Jane's Catering Saat Ini.....	6-1
6.1.3. Faktor-faktor yang Dipentingkan Konsumen dalam Memilih Sebuah Jasa Boga untuk Acara Pernikahan.....	6-2
6.1.4. Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Jane's Catering.....	6-5
6.1.5. Usulan Berdasarkan Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> Sebaiknya Diterapkan oleh Jane's Catering.....	6-6
6.1.5.1 Usulan Segmentasi.....	6-6
6.1.5.2 Usulan <i>Targeting</i>	6-7
6.1.5.3. Usulan <i>Positioning</i>	6-7
6.1.6. Usulan Berdasarkan Ruang Lingkup Penelitian yang Sebaiknya Diterapkan oleh Jane's Catering.....	6-8
6.2 Saran.....	6-10
DAFTAR PUSTAKA	xxvii
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xxviii
DATA PENULIS	xxix

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Jumlah Konsumen Jane's Catering (Untuk Acara Pernikahan)	1-2
Tabel 2.1	Tahap-Tahap Evolusi Pemasaran	2-5
Tabel 2.2	Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Relasional	2-8
Tabel 2.3	Beberapa <i>Positioning</i> Alternatif Berdasarkan Karakteristik Jasa	2-16
Tabel 2.4	Alternatif Strategi-Strategi <i>Positioning</i> Korporat	2-16
Tabel 2.6	Konsep Produk Total	2-19
Tabel 2.7	Matriks Ansoff	2-21
Tabel 2.8	<i>EFE Matrix</i>	2-64
Tabel 2.9	<i>IFE Matrix</i>	2-65
Tabel 2.10	Perbedaan Karakteristik Ukuran Organisasi antara Besar dan Kecil	2-70
Tabel 2.11	Perbedaan Karakteristik Siklus Hidup Organisasi	2-73
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Berdasarkan 7P	3-9
Tabel 3.2	Pernyataan yang Digunakan untuk Kuesioner Penelitian	3-13
Tabel 4.1	Jumlah Karyawan Jane's Catering	4-1
Tabel 4.2	Menu Soup, dan Ayam, dan Ikan/Udang Jane's Catering	4-5
Tabel 4.3	Menu Sapi/Babi, dan Menu Lain-lain Jane's Catering	4-5
Tabel 4.4	Menu <i>Stand</i> Khas Indonesia Jane's Catering	4-6
Tabel 4.5	Menu <i>Stand</i> Khas Asia Jane's Catering	4-7
Tabel 4.6	Menu <i>Stand</i> Khas Eropa Jane's Catering	4-8
Tabel 4.7	Menu Tumpeng Jane's Catering	4-8
Tabel 4.8	Uji <i>Cochran</i>	4-10
Tabel 4.9	Rangkuman Jawaban Responden yang Belum Pernah Merasakan Jasa <i>Catering</i> untuk Acara Pernikahan	4-12
Tabel 4.10	Rangkuman Jawaban Responden Jane's Catering	4-14
Tabel 4.11	Rangkuman Jawaban Responden Citra Catering	4-16

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.12	Rangkuman Jawaban Responden Yin Siang Catering	4-18
Tabel 4.13	Persentase Biaya-biaya dan Profit Jane's Catering	4-29
Tabel 5.1	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Pertama (30 responden)	5-3
Tabel 5.2	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Pertama (100 responden)	5-4
Tabel 5.3	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Kedua (30 responden)	5-5
Tabel 5.4	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Kedua (85 responden)	5-6
Tabel 5.5	Validitas Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Kedua (30 responden)	5-7
Tabel 5.6	Validitas Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Kedua (85 responden)	5-8
Tabel 5.7	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Ketiga (30 responden)	5-9
Tabel 5.8	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Ketiga (85 responden)	5-10
Tabel 5.9	Validitas Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Ketiga (30 responden)	5-11
Tabel 5.10	Validitas Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Keempat (30 responden)	5-12
Tabel 5.11	Validitas Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Keempat (30 responden)	5-13
Tabel 5.12	Validitas Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Keempat (85 responden)	5-14
Tabel 5.13	Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-15
Tabel 5.14	Data Persentase Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Pertama	5-16

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.15	Data Persentase Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Kedua	5-18
Tabel 5.16	Data Persentase Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Ketiga	5-19
Tabel 5.17	Data Persentase Tingkat Kepentingan Responden Kelompok Keempat	5-20
Tabel 5.18	Data Persentase Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Kedua	5-22
Tabel 5.19	Data Persentase Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Ketiga	5-23
Tabel 5.20	Data Persentase Tingkat Kepuasan Responden Kelompok Keempat	5-24
Tabel 5.21	Jenis Kelamin Responden Kelompok Pertama	5-35
Tabel 5.22	Umur Responden Kelompok Pertama	5-35
Tabel 5.23	Status Responden Kelompok Pertama	5-36
Tabel 5.24	Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Pertama	5-37
Tabel 5.25	Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Pertama	5-37
Tabel 5.26	Media Informasi yang Paling Sering Digunakan Responden Kelompok Pertama	5-38
Tabel 5.27	Koran yang Sering Dibaca Responden Kelompok Pertama	5-39
Tabel 5.28	Jenis Masakan Acara Pernikahan yang Disuka Responden Kelompok Pertama	5-39
Tabel 5.29	Jumlah Undangan Responden Kelompok Pertama	5-40
Tabel 5.30	Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Pertama	5-41
Tabel 5.31	Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Pertama	5-42
Tabel 5.32	Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Pertama	5-42
Tabel 5.33	Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Pertama	5-43

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.34	Pendapat <i>Dp</i> 50% Hangus oleh Responden Kelompok Pertama	5-44
Tabel 5.35	Pendapat <i>Dp</i> yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Pertama	5-44
Tabel 5.36	Faktor Memilih Jasa Boga Responden Kelompok Pertama	5-45
Tabel 5.37	Jenis Kelamin Responden Kelompok Kedua	5-46
Tabel 5.38	Umur Responden Kelompok Kedua	5-47
Tabel 5.39	Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Kedua	5-48
Tabel 5.40	Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Kedua	5-48
Tabel 5.41	Media Informasi yang Paling Sering Digunakan Responden Kelompok Kedua	5-49
Tabel 5.42	Koran yang Sering Dibaca Responden Kelompok Kedua	5-50
Tabel 5.43	Jenis Masakan Acara Pernikahan yang Disuka Responden Kelompok Kedua	5-51
Tabel 5.44	Jumlah Undangan Responden Kelompok Kedua	5-51
Tabel 5.45	Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Kedua	5-52
Tabel 5.46	Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Kedua	5-53
Tabel 5.47	Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Kedua	5-54
Tabel 5.48	Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Kedua	5-54
Tabel 5.49	Pendapat <i>Dp</i> 50% Hangus oleh Responden Kelompok Kedua	5-55
Tabel 5.50	Pendapat <i>Dp</i> yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Kedua	5-56
Tabel 5.51	Faktor Memilih Jane's Catering	5-56
Tabel 5.52	Menu Favorit Jane's Catering	5-57
Tabel 5.53	Jenis Kelamin Responden Kelompok Ketiga	5-58
Tabel 5.54	Umur Responden Kelompok Ketiga	5-58
Tabel 5.55	Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Ketiga	5-59
Tabel 5.56	Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Ketiga	5-60

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.57	Media Informasi yang Paling Sering Digunakan Responden Kelompok Ketiga	5-60
Tabel 5.58	Koran yang Sering Dibaca Responden Kelompok Ketiga	5-61
Tabel 5.59	Jenis Masakan Acara Pernikahan yang Disuka Responden Kelompok Ketiga	5-62
Tabel 5.60	Jumlah Undangan Responden Kelompok Ketiga	5-62
Tabel 5.61	Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Ketiga	5-63
Tabel 5.62	Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Ketiga	5-64
Tabel 5.63	Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Ketiga	5-65
Tabel 5.64	Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Ketiga	5-65
Tabel 5.65	Pendapat <i>Dp</i> 50% Hangus oleh Responden Kelompok Ketiga	5-66
Tabel 5.66	Pendapat <i>Dp</i> yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Ketiga	5-67
Tabel 5.67	Faktor Memilih Citra Catering	5-67
Tabel 5.68	Menu Favorit Citra Catering	5-68
Tabel 5.69	Jenis Kelamin Responden Kelompok Keempat	5-69
Tabel 5.70	Umur Responden Kelompok Keempat	5-69
Tabel 5.71	Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Keempat	5-70
Tabel 5.72	Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Keempat	5-71
Tabel 5.73	Media Informasi yang Paling Sering Digunakan Responden Kelompok Keempat	5-72
Tabel 5.74	Koran yang Sering Dibaca Responden Kelompok Keempat	5-72
Tabel 5.75	Jenis Masakan Acara Pernikahan yang Disuka Responden Kelompok Keempat	5-73
Tabel 5.76	Jumlah Undangan Responden Kelompok Keempat	5-74
Tabel 5.77	Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Keempat	5-74

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.78	Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Keempat	5-75
Tabel 5.79	Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Keempat	5-76
Tabel 5.80	Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Keempat	5-77
Tabel 5.81	Pendapat <i>Dp</i> 50% Hangus oleh Responden Kelompok Keempat	5-77
Tabel 5.82	Pendapat <i>Dp</i> yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Keempat	5-78
Tabel 5.83	Faktor Memilih Yin Siang Catering	5-79
Tabel 5.84	Menu Favorit Yin Siang Catering	5-79
Tabel 5.85	Ringkasan <i>IPA</i> 4 Kuadran Jane's Catering	5-82
Tabel 5.86	Ringkasan <i>IPA</i> 4 Kuadran Citra Catering	5-86
Tabel 5.87	Ringkasan <i>IPA</i> 4 Kuadran Yin Siang Catering	5-90
Tabel 5.88	Kesimpulan <i>IPA</i> 4 Kuadran untuk Jane's Catering, Citra Catering dan Yin Siang Catering	5-93
Tabel 5.89	Ringkasan Analisis <i>Gap</i> Antara Persepsi dengan Harapan Konsumen (<i>Underact</i>)	5-94
Tabel 5.90	Ringkasan Analisis <i>Gap</i> Antara Persepsi dengan Harapan Konsumen (<i>Maintain</i>)	5-101
Tabel 5.91	<i>Competitive Profile Matrix</i>	5-123
Tabel 5.92	<i>EFE Matrix</i>	5-126
Tabel 5.93	<i>IFE Matrix</i>	5-127
Tabel 5.94	Matriks <i>SWOT</i>	5-129
Tabel 5.94	Rangkuman Usulan-Usulan Berdasarkan Konsep Siklus Hidup Organisasi	5-136
Tabel 5.96	Rangkuman Usulan-Usulan Berdasarkan Konsep Analisis <i>Gap</i> dan Analisis <i>SWOT</i>	5-137
Tabel 6.1	Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Jane's Catering	6-5

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 6.2	Rangkuman Usulan-Usulan Berdasarkan Konsep Siklus Hidup Organisasi	6-8
Tabel 6.3	Rangkuman Usulan-Usulan Berdasarkan Konsep Analisis <i>Gap</i> dan Analisis <i>SWOT</i>	6-9

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Jumlah Konsumen Jane's Catering tahun 2004-2007 (per tahun)	1-3
Gambar 1.2	Grafik Jumlah Konsumen Jane's Catering tahun 2004-2007 (per bulan)	1-3
Gambar 2.1	Pemasaran Tanpa Pembedaan	2-10
Gambar 2.2	Pemasaran Dengan Pembedaan	2-10
Gambar 2.3	Pemasaran Terkonsentrasi	2-11
Gambar 2.4	Berbagai Pendekatan Segmentasi	2-12
Gambar 2.5	Kaitan antara Segmentasi, Penargetan, Pemosisian, dan Bauran Pemasaran	2-13
Gambar 2.6	Model Kualitas Jasa (Gap Model)	2-23
Gambar 2.7	Teknik <i>Sampling</i>	2-43
Gambar 2.8	Strategi-Strategi Generik	2-56
Gambar 2.9	Integrasi Vertikal dan Horisontal	2-60
Gambar 2.10	Matriks <i>Grand Strategy</i>	2-63
Gambar 2.11	<i>IE Matrix</i>	2-67
Gambar 2.12	Matriks <i>IPA</i>	2-68
Gambar 2.13	Hubungan antara Lingkungan dan Strategi Budaya Organisasi	2-72
Gambar 2.14	Siklus Hidup Organisasi	2-72
Gambar 3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Diagram Alir Penelitian (lanjutan)	3-2
Gambar 3.3	Diagram Alir Penelitian (lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	Matriks <i>SWOT</i>	3-21
Gambar 4.1	<i>Pie Chart</i> Responden yang Mengetahui Nama Jane's Catering	4-2
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Jane's Catering	4-3
Gambar 5.1	Siklus Hidup Organisasi	5-30
Gambar 5.2	Usulan Struktur Organisasi	5-32

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.3	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden Kelompok Pertama	5-35
Gambar 5.4	<i>Pie Chart</i> Umur Responden Kelompok Pertama	5-36
Gambar 5.5	<i>Pie Chart</i> Status Responden Kelompok Pertama	5-36
Gambar 5.6	<i>Pie Chart</i> Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Pertama	5-37
Gambar 5.7	<i>Pie Chart</i> Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Pertama	5-38
Gambar 5.8	<i>Pie Chart</i> Media Informasi untuk Responden Kelompok Pertama	5-38
Gambar 5.9	<i>Pie Chart</i> Koran yang Sering Digunakan Responden Kelompok Pertama	5-39
Gambar 5.10	<i>Pie Chart</i> Jenis Masakan yang Disukai oleh Responden Kelompok Pertama	5-40
Gambar 5.11	<i>Pie Chart</i> Jumlah Undangan Responden Kelompok Pertama	5-40
Gambar 5.12	<i>Pie Chart</i> Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Pertama	5-41
Gambar 5.13	<i>Pie Chart</i> Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Pertama	5-42
Gambar 5.14	<i>Pie Chart</i> Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Pertama	5-43
Gambar 5.15	<i>Pie Chart</i> Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Pertama	5-43
Gambar 5.16	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp 50 % Hangus oleh Responden Kelompok Pertama	5-44
Gambar 5.17	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Pertama	5-45
Gambar 5.18	<i>Pie Chart</i> Faktor Memilih Jasa Boga Responden Kelompok Pertama	5-46
Gambar 5.19	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden Kelompok Kedua	5-47
Gambar 5.20	<i>Pie Chart</i> Umur Responden Kelompok Kedua	5-47

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.21	<i>Pie Chart</i> Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Kedua	5-48
Gambar 5.22	<i>Pie Chart</i> Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Kedua	5-49
Gambar 5.23	<i>Pie Chart</i> Media Informasi untuk Responden Kelompok Kedua	5-50
Gambar 5.24	<i>Pie Chart</i> Koran yang Sering Digunakan Responden Kelompok Kedua	5-50
Gambar 5.25	<i>Pie Chart</i> Jenis Masakan yang Disukai oleh Responden Kelompok Kedua	5-51
Gambar 5.26	<i>Pie Chart</i> Jumlah Undangan Responden Kelompok Kedua	5-52
Gambar 5.27	<i>Pie Chart</i> Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Kedua	5-52
Gambar 5.28	<i>Pie Chart</i> Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Kedua	5-53
Gambar 5.29	<i>Pie Chart</i> Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Kedua	5-54
Gambar 5.30	<i>Pie Chart</i> Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Kedua	5-55
Gambar 5.31	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp 50 % Hangus oleh Responden Kelompok kedua	5-55
Gambar 5.32	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Kedua	5-56
Gambar 5.33	<i>Pie Chart</i> Faktor Memilih Jane's Catering	5-57
Gambar 5.34	<i>Pie Chart</i> Menu Favorit Jane's Catering	5-57
Gambar 5.35	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden Kelompok Ketiga	5-58
Gambar 5.36	<i>Pie Chart</i> Umur Responden Kelompok Ketiga	5-59
Gambar 5.37	<i>Pie Chart</i> Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Ketiga	5-59

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.38	<i>Pie Chart</i> Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Ketiga	5-60
Gambar 5.39	<i>Pie Chart</i> Media Informasi untuk Responden Kelompok Ketiga	5-61
Gambar 5.40	<i>Pie Chart</i> Koran yang Sering Digunakan Responden Kelompok Ketiga	5-61
Gambar 5.41	<i>Pie Chart</i> Jenis Masakan yang Disukai oleh Responden Kelompok Ketiga	5-62
Gambar 5.42	<i>Pie Chart</i> Jumlah Undangan Responden Kelompok Ketiga	5-63
Gambar 5.43	<i>Pie Chart</i> Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Ketiga	5-63
Gambar 5.44	<i>Pie Chart</i> Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Ketiga	5-64
Gambar 5.45	<i>Pie Chart</i> Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Ketiga	5-65
Gambar 5.46	<i>Pie Chart</i> Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Ketiga	5-66
Gambar 5.47	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp 50 % Hangus oleh Responden Kelompok Ketiga	5-66
Gambar 5.48	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Ketiga	5-67
Gambar 5.49	<i>Pie Chart</i> Faktor Memilih Citra Catering	5-68
Gambar 5.50	<i>Pie Chart</i> Menu Favorit Citra Catering	5-68
Gambar 5.51	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden Kelompok Keempat	5-69
Gambar 5.52	<i>Pie Chart</i> Umur Responden Kelompok Keempat	5-70
Gambar 5.53	<i>Pie Chart</i> Penghasilan per Bulan Responden Kelompok Keempat	5-70
Gambar 5.54	<i>Pie Chart</i> Anggaran Biaya Jasa Boga Responden Kelompok Keempat	5-71

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.55	<i>Pie Chart</i> Media Informasi untuk Responden Kelompok Keempat	5-72
Gambar 5.56	<i>Pie Chart</i> Koran yang Sering Digunakan Responden Kelompok Keempat	5-73
Gambar 5.57	<i>Pie Chart</i> Jenis Masakan yang Disukai oleh Responden Kelompok Keempat	5-73
Gambar 5.58	<i>Pie Chart</i> Jumlah Undangan Responden Kelompok Keempat	5-74
Gambar 5.59	<i>Pie Chart</i> Cara Mengurus Pernikahan Responden Kelompok Keempat	5-75
Gambar 5.60	<i>Pie Chart</i> Jasa Boga di Bandung yang Diketahui Responden Kelompok Keempat	5-75
Gambar 5.61	<i>Pie Chart</i> Pendapat Jumlah Pemesanan Minimal = 500 oleh Responden Kelompok Keempat	5-76
Gambar 5.62	<i>Pie Chart</i> Metode Pembayaran yang Disuka oleh Responden Kelompok Keempat	5-77
Gambar 5.63	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp 50 % Hangus oleh Responden Kelompok Keempat	5-78
Gambar 5.64	<i>Pie Chart</i> Pendapat Dp yang Sebaiknya Hangus oleh Responden Kelompok Keempat	5-78
Gambar 5.65	<i>Pie Chart</i> Faktor Memilih Yin Siang Catering	5-79
Gambar 5.66	<i>Pie Chart</i> Menu Favorit Yin Siang Catering	5-80
Gambar 5.67	IPA 4 Kuadran Jane's Catering	5-81
Gambar 5.68	IPA 4 Kuadran Citra Catering	5-85
Gambar 5.69	IPA 4 Kuadran Yin Siang Catering	5-89
Gambar 5.70	Lokasi Jane's Catering	5-103
Gambar 5.71	<i>Porter's Five Generic Strategies</i>	5-122
Gambar 5.72	Matriks <i>Grand Strategy</i>	5-124
Gambar 5.73	<i>IE Matrix</i>	5-128

DAFTAR LAMPIRAN

No lampiran	Judul	Halaman
1	- Kuesioner Awal	L1-1
	- Kuesioner Penelitian Pendahuluan	L1-2
2	Hasil Uji Cochran	L2-1
3	- Data Populasi Kota Bandung	L3-1
	- Data Konsumen Jane's Catering	L3-5
4	Validasi Konstruksi	L4-1
5	- Kuesioner Penelitian untuk Responden yang Belum Pernah Merasakan Jasa Boga untuk Acara Pernikahan	L5-1
	- Kuesioner Penelitian Untuk Responden Jane's Catering	L5-3
	- Kuesioner Penelitian Untuk Responden Citra Catering	L5-5
	- Kuesioner Penelitian Untuk Responden Yin Siang Catering	L5-7
6	Pedoman Wawancara	L6-1
7	- Data Mentah Responden yang Belum Pernah Merasakan Jasa Boga untuk Acara Pernikahan	L7-1
	- Data Mentah Responden Jane's Catering	L7-4
	- Data Mentah Responden Citra Catering	L7-8
	- Data Mentah Responden Yin Siang Catering	L7-12
8	Surat Perjanjian Kerjasama	L8-1
9	- Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	L9-1
	- Tabel Luas di Bawah Lengkungan Kurva Normal	L9-2
	- Tabel Nilai-Nilai Chi Kuadrat	L9-3
10	Foto-Foto	L10-1
11	Form Hasil Seminar Isi	L11-1