

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Pemasaran.....	21
2.3. Strategi Pemasaran.....	22
2.4. Strategi Pemasaran Berbasis Pelanggan.....	23
2.4.1. Segmentasi Pasar (<i>Market Segmentation</i>).....	23
2.4.2. Target Pasar (<i>Market Targeting</i>).....	24
2.4.3. Posisi Pasar (<i>Positioning</i>) dan Diferensiasi (<i>Differentiation</i>).....	25
2.5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	26
2.5.1. Produk (<i>Product</i>).....	27
2.5.2. Harga (<i>Price</i>).....	27
2.5.3. Tempat (<i>Place</i>).....	27
2.5.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	27
2.6. Analisis <i>Fishbone Diagram</i> (Diagram Tulang Ikan).....	28

2.7. Analisis SWOT dalam pemasaran.....	29
2.7.1. Faktor Internal.....	29
2.7.2. Faktor Eksternal.....	30
2.8. Matriks IFE dan Matriks EFE.....	30
2.8.1. Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	31
2.8.2. Analisis Matriks Faktor Strategi External (<i>External Factors Analysis Summary</i>).....	33
2.9. Diagram Kartesius SWOT.....	35
2.10. Matriks SWOT.....	37
2.11. Matriks QSPM.....	38
2.12. Kerangka Pikir Teoritis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.3. Analisis Fishbone Diagram.....	42
3.3.1. Sumber Data.....	42
3.3.2. Metode Penentuan Partisipan.....	43
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.3.1 Wawancara mendalam (in depth interview).....	44
3.3.3.2 Focus Group Discussion (FGD).....	45
3.3.3.3 Observasi.....	46
3.3.3.4 Dokumentasi.....	46
3.3.3.5 Studi Pustaka.....	47
3.3.4. Teknik Analisis Data.....	47
3.3.4.1 Pengumpulan data (Transkrip data).....	48
3.3.4.2 Reduksi Data.....	48
3.3.4.3 Pengelompokan Data.....	48
3.3.4.4 Pengkodean Data.....	48
3.3.4.5 Penentuan Tema.....	49
3.3.5. Instrumen Penelitian.....	50
3.3.6. Daftar Pertanyaan.....	52
3.3.7. Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif.....	53
3.4. Analisis SWOT dan QSPM.....	54

3.4.1. Sumber Data.....	54
3.4.2. Metode Penentuan Partisipan.....	55
3.4.3. Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.3.1 Wawancara.....	57
3.4.3.2 Kuesioner.....	57
3.4.3.3 Observasi.....	58
3.4.3.4 Studi Pustaka.....	59
3.4.3.5 Focus Group Discussion (FGD).....	59
3.4.4. Teknik Analisis Data.....	60
3.4.4.1 Pengumpulan data (Transkrip data).....	60
3.4.4.2 Reduksi Data.....	60
3.4.4.3 Pengelompokan Data.....	60
3.4.4.4 Pengkodean Data.....	61
3.4.4.5 Penentuan Tema.....	61
3.4.4.6 Proses Menentukan bobot dan rating analisis SWOT.....	61
3.4.4.7 Analisis SWOT.....	63
3.4.4.1 Analisis QSPM.....	64
3.4.5. Instrumen Penelitian.....	66
3.4.6. Daftar Pertanyaan.....	70
3.4.7. Uji Keabsahan Data Penelitian Kuantitatif.....	73
3.4.7.1 Triangulasi Sumber.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Analisis Fishbone diagram.....	75
4.1.1 Material.....	75
4.1.1.1 Penjualan makanan dan minuman pada e-commerce rendah..	75
4.1.2 Man.....	76
4.1.2.1 Pemilik usaha terlalu sibuk meningkatkan jumlah karyawan berkualitas.....	76
4.1.3 Milieu / Environment.....	79
4.1.3.1 Pelanggan sulit mengakses Kafe.....	79
4.1.4 Methods.....	81
4.1.4.1 Pemberdayaan Komunitas board game yang belum optimal...	81
4.1.4.2 Pemanfaatan promosi daring belum optimal.....	82
4.1.5 Analisis Minat beli pelanggan.....	84

4.1.5.1	Minat Transaksional.....	84
4.1.4.2	Minat referensial.....	85
4.1.4.3	Minat preferensial.....	85
4.1.4.4	Minat eksploratif.....	86
4.1.5	Pembahasan Fishbone diagram.....	87
4.2	Analisis SWOT.....	89
4.2.1	Faktor Internal.....	89
4.2.1.1	Kekuatan.....	89
4.2.1.2	Kelemahan.....	100
4.2.2	Faktor Eksternal.....	111
4.2.2.1	Peluang.....	111
4.2.2.2	Ancaman.....	112
4.2.3	IFAS dan EFAS Hello Cafe & Board Game.....	113
4.2.3.1	IFAS Hello Cafe & Board Game.....	113
4.2.3.2	EFAS Hello Cafe & Board Game.....	114
4.2.4	Diagram Kartesius Analisis SWOT Hello Cafe & Board Game.....	115
4.2.5	Matriks Analisis SWOT Hello Cafe & Board Game.....	116
4.3	Analisis QSPM.....	118
4.3.2.1	Hasil Analisis QSPM.....	120
4.4	Pembahasan Analisis SWOT dan QSPM.....	122
BAB V KESIMPULAN.....		126
5.1	Kesimpulan.....	126
5.2	Rekomendasi.....	128
5.2.1	Bagi Pemilik Usaha.....	128
5.2.2	Bagi Manajer Operasional.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....		129
LAMPIRAN.....		139