



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Pertanyaan penelitian .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
1.6. Lingkup Penelitian .....	8
1.7. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1. Pola Konsumsi Makanan Sehat.....	11
2.2. Rencana Pemasaran.....	12
2.3. Analisis Situasi.....	16
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Desain Penelitian.....	33
3.2. Metoda Pengumpulan Data .....	33
3.3. Instrumen Penelitian.....	35
3.4. Metoda Analisis Data .....	37
3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
3.6. Batasan Penelitian .....	39
3.7. Profil Kasus .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1. <i>Executive Summary</i> .....	43
4.2. Analisis Situasi.....	44



4.2.1	Analisis Lingkungan Makro.....	44
4.2.2	Analisis Konsumen .....	65
4.2.3	<i>Market Demographic</i> .....	68
4.2.4	Analisis SWOT .....	69
4.2.5	Persaingan .....	82
4.2.6	Produk .....	97
4.2.7	Kunci Kesuksesan .....	98
4.2.8	Isu Kritisal .....	98
4. 3.	Strategi Pemasaran .....	99
4.3.5.	Visi dan Misi.....	99
4.3.5.	Objektif Pemasaran .....	99
4.3.5.	<i>Segmenting</i> .....	99
4.3.4	<i>Targeting</i> .....	102
4.3.5.	<i>Positioning</i> .....	103
4. 4.	Taktik Pemasaran .....	108
4.4.1.	Produk .....	108
4.4.2.	Harga.....	110
4.4.3.	Tempat.....	112
4.4.4.	Promosi .....	113
4. 5.	Rencana Aksi .....	116
4.5.1.	Rencana Aksi Jangka Pendek.....	117
4.5.2.	Rencana Aksi Jangka Panjang .....	126
4.5.3.	Rencana Keuangan.....	126
4. 6.	Evaluasi dan Kontrol Pelaksanaan.....	127
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>129</b>
5.1.	Kesimpulan .....	129
5.2.	Implikasi.....	132
5.2.1.	Implikasi Teoritis .....	132
5.2.2.	Implikasi Praktis .....	132
5.3.	Keterbatasan.....	132
5.4.	Saran.....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>134</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>142</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	Sales Revenue Aloha Salad Bar Berdasarkan Saluran Penjualan ....	5
<b>Gambar 2. 1</b>	Five Forces Model of Competition.....	19
<b>Gambar 2. 2</b>	4P Bauran Pemasaran .....	27
<b>Gambar 2. 3</b>	Proses Perumusan Marketing Plan .....	32
<b>Gambar 3. 1</b>	Logo Aloha Salad Bar .....	40
<b>Gambar 3. 2</b>	Struktur Organisasi Aloha Salad Bar.....	42
<b>Gambar 4. 1</b>	Grafik Penjualan Produk Aloha Salad Bar (20 Dec 19 - Sep 21)...	50
<b>Gambar 4. 2</b>	Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Daerah Tempat Tinggal Kota dan Desa (Rupiah) .....	54
<b>Gambar 4. 3</b>	Perkembangan Konsumsi Sayur dan Buah Tahun 2015 hingga 2020 .....	55
<b>Gambar 4. 4</b>	Sales Revenue Aloha Salad Bar Berdasarkan Kanal Penjualan ....	56
<b>Gambar 4. 5</b>	Proyeksi Konsumsi Sayuran .....	77
<b>Gambar 4. 6</b>	Proyeksi Konsumsi Sayur dan buah 2020 – 2030 .....	77
<b>Gambar 4. 7</b>	Perbandingan Market Positioning Antar Merek Salad Berdasarkan Harga dan Variasi Produk .....	106
<b>Gambar 4. 8</b>	Perbandingan Market Positioning Aloha Salad Bar dan Kompetitor Berdasarkan Harga dan Cakupan Wilayah .....	108
<b>Gambar 4. 9</b>	Outlet Aloha Salad Bar .....	112
<b>Gambar 4. 10</b>	Promo Buy 2 Get 1 .....	114
<b>Gambar 4. 11</b>	Promo Potongan Harga (Diskon).....	114
<b>Gambar 4. 12</b>	Profil Whatsapp Aloha Salad Bar.....	116
<b>Gambar 4. 13</b>	Profil Instagram Aloha Salad Bar .....	116
<b>Gambar 4. 14</b>	Sebelum Perbaikan Media Sosial Instagram .....	122
<b>Gambar 4. 15</b>	Setelah Perbaikan Media Sosial Instagram .....	123



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> Daftar Pertanyaan Wawancara .....	35
<b>Tabel 3. 2</b> Jenis dan Harga Produk Aloha Salad Bar .....	41
<b>Tabel 4. 1</b> Profil Responden .....	66
<b>Tabel 4. 2</b> Profil Pesaing Aloha Salad Bar .....	82
<b>Tabel 4. 3</b> Daftar Pemasok Bahan Baku Aloha Salad Bar .....	96
<b>Tabel 4. 4</b> Segmentasi Pasar Aloha Salad Bar .....	101
<b>Tabel 4. 5</b> Perbandingan Harga dan Variasi Antar Merek Salad .....	105
<b>Tabel 4. 6</b> Perbandingan Harga dan Cakupan Wilayah Antar Merek Salad .....	107
<b>Tabel 4. 7</b> Penetapan Harga Jual Produk Aloha Salad Bar .....	111
<b>Tabel 4. 8</b> Rencana Keuangan .....	126