

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	8
2.1 Kondisi Umum .....	8
2.1.1 Profil Waroeng Spesial Sambal.....	8
2.1.2 Logo Usaha.....	15
2.1.3 Visi dan Misi.....	15
2.1.4 Struktur Organisasi .....	16
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Siklus Hidup Produk .....	17
2.2.2 Pesaing.....	21
2.2.3 Konsumen.....	23

2.2.4	Harga .....	24
2.2.5	<i>Advertising</i> / Periklanan .....	25
2.2.6	Distribusi .....	26
2.2	Tinjauan Pustaka.....	27
2.3	Keaslian Penelitian.....	31
2.4	Metodologi Penelitian .....	31
2.4.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
2.4.2	Desain Penelitian.....	31
2.4.3	Definisi Operasional Variabel .....	32
2.4.4	Teknik Pengumpulan Data .....	34
2.4.5	Teknik Analisis Data .....	35
2.5	Sumber Data .....	36
BAB III PEMBAHASAN .....		37
3.1	Analisis Siklus Hidup Produk .....	37
3.2	Interpretasi dan Pembahasan .....	39
3.2.1	<i>Introduction</i> (Perkenalan).....	40
3.2.2	<i>Growth</i> (Pertumbuhan).....	48
3.2.3	<i>Maturity</i> (Kedewasaan).....	55
3.2.4	<i>Decline</i> (Penurunan).....	63
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....		77
4.1	Kesimpulan.....	77
4.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian .....	6
Gambar 2.1 Waroeng Spesial Sambal.....	8
Gambar 2.2 Logo Waroeng Spesial Sambal .....	15
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Waroeng Spesial Sambal .....	16
Gambar 2.4 Siklus Hidup Produk .....	17
Gambar 3.1 Siklus Hidup Produk .....	37
Gambar 3.2 Focus Group Discussion dengan internal Waroeng Spesial Sambal. ....	39
Gambar 3.3 Lombok Idjo, salah satu pesaing Waroeng Spesial Sambal.....	40
Gambar 3.4 Konsumen Waroeng Spesial Sambal pada tahap introduction.....	42
Gambar 3.5 Daftar Harga Waroeng Spesial Sambal.....	43
Gambar 3.6 Word of mouth dari konsumen satu ke konsumen lain.....	45
Gambar 3.7 Waroeng Spesial Sambal fokus pada cita rasa .....	46
Gambar 3.8 Cabang Waroeng Spesial Sambal di Samirono, Yogyakarta .....	47
Gambar 3.9 Sambel layah, salah satu pesaing Waroeng Spesial Sambal .....	48
Gambar 3.10 Konsumen Waroeng Spesial Sambal Samirono, Yogyakarta .....	49
Gambar 3.11 Daftar Harga Waroeng Spesial Sambal di tahap Growth.....	51
Gambar 3.12 Word of mouth yang dilakukan konsumen dalam .....	52
Gambar 3.13 Website resmi Waroeng Spesial Sambal.....	53
Gambar 3.14 Pembukaan cabang Waroeng Spesial Sambal dari .....	54
Gambar 3.15 Pondok cabe, salah satu pesaing Waroeng Spesial Sambal .....	56
Gambar 3.16 Konsumen pada tahapan maturity .....	57
Gambar 3.17 Harga Waroeng Spesial Sambal yang terus mengalami penyesuaian... ..	59
Gambar 3.18 Instagram sebagai media informasi Waroeng Spesial Sambal.....	60
Gambar 3.19 Sponsorship dengan Waroeng Spesial Sambal .....	61
Gambar 3.20 Waroeng Spesial Sambal membuka cabang di Malaysia.....	62
Gambar 3.21 Dapur Sambal, Pesaing Waroeng Spesial Sambal .....	63
Gambar 3.22 Konsumen pada tahapan decline .....	64
Gambar 3.23 Daftar harga Waroeng Spesial Sambal.....	65
Gambar 3.24 Penetapan harga berdasarkan bahan baku .....	66
Gambar 3.25 Word of mouth yang dilakukan oleh pelanggan .....	67
Gambar 3.26 Waroeng Spesial Sambal membuka cabang di Malaysia.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Usaha Restoran/Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Menurut Provinsi dan Tahun Mulai Beroperasi, Tahun 2015.....	2
Tabel 2.1 Daftar menu sambal Waroeng SS .....	10
Tabel 2.2 Daftar menu lauk pauk Waroeng SS .....	11
Tabel 2.3 Daftar menu minuman Waroeng SS .....	12
Tabel 2.4 Daftar menu buah-buahan Waroeng SS .....	13
Tabel 2.5 Daftar menu sayuran Waroeng SS .....	14
Tabel 2.6 Tinjauan Pustaka .....	27
Tabel 2.7 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.1 Waroeng Spesial Sambal membuka cabang di Malaysia.....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Pedoman Focus Group Discussion
- Lampiran 2 Daftar Hadir Focus Group Discussion
- Lampiran 3 Identitas Peserta Focus Group Discussion
- Lampiran 4 Hasil Focus Group Discussion
- Lampiran 5 Dokumentasi Focus Group Discussion