

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Strategi Samudera Biru	10
2.1.2 Inovasi Nilai.....	15

2.1.3	Alat Strategi Samudera Biru	16
2.2	Kajian Penelitian Terdahulu.....	24
2.2.1	Atribut Restoran.....	24
2.3	Kerangka Penelitian	29
	METODA PENELITIAN	32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Sumber Data.....	33
3.3	Metoda Pengumpulan Data.....	33
3.4	Instrumen Penelitian	34
3.5	Metode Analisis Penelitian	36
3.6	Objek Penelitian.....	38
3.7	Responden.....	39
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Deskripsi Data.....	41
4.1.1	Kanvas Strategi	45
4.1.2	Kerangka Empat Langkah.....	81
4.1.3	<i>ERRC (Erase – Reduce – Raise – Create) Grid</i>	83
4.1.4	<i>Sequence of Blue Ocean Strategy</i>	88
4.1.5	<i>Price Corridor of The Mass</i>	93
	SIMPULAN	97
5.1	Simpulan	97
5.2	Implikasi	99
5.3	Keterbatasan.....	101

5.4	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Samudera Merah Vs Samudera Biru.....	11
Tabel 2.2 <i>Two Strategic Logics</i>	15
Tabel 4.1 Kunjungan Responden ke Restoran Jejamuran.....	41
Tabel 4.2 Kunjungan Responden ke Restoran Kebon Rojo.....	42
Tabel 4.3 Kunjungan Responden ke Restoran Mang Engking	42
Tabel 4.4 Kunjungan Responden ke Restoran Loving Hut.....	43
Tabel 4.5 Respon Responden Terhadap Kemampuan Restoran Jejamuran Menggantikan Kebon Rojo Resto	44
Tabel 4.6 Respon Responden Terhadap Kemampuan Restoran Jejamuran Menggantikan Restoran Mang Engking.....	44
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Kemampuan Restoran Jejamuran Menggantikan Restoran Loving Hut.....	45
Tabel 4.8 Penilaian Atribut Industri Berdasarkan Para Ahli Kuliner	46
Tabel 4.9 Nilai Atribut Kelezatan Makanan	54
Tabel 4.10 Nilai Atribut Konsistensi dan Standarisasi Makanan	55
Tabel 4.11.11 Nilai Atribut Higenitas Makanan.....	56
Tabel 4.12 Nilai Atribut Variasi Makanan Olahan Jamur	58
Tabel 4.13 Nilai Atribut Variasi Makanan Olahan Non-Jamur	60
Tabel 4.14 Nilai Atribut Variasi Jenis Jamur.....	61
Tabel 4.15 Nilai Atribut Variasi Menu Olahan Jamur <i>Take Away</i>	63
Tabel 4.16 Nilai Atribut Harga Rendah	64
Tabel 4.17 Nilai Atribut Standarisasi Alat Makan.....	66

Tabel 4.18 Nilai Atribut Pelayanan Cepat dan Tepat	67
Tabel 4.19 Nilai Atribut Kebersihan Restoran.....	68
Tabel 4.20 Nilai Atribut Biaya Parkir Rendah.....	70
Tabel 4.21 Nilai Atribut Kenyamanan Fasilitas Tempat Ibadah.....	71
Tabel 4.22 Nilai Atribut Aksesibilitas Tempat Parkir	73
Tabel 4.23 Nilai Atribut <i>One Stop Family Leisure</i>	74
Tabel 4.24 Nilai Atribut Fasilitas Edukasi Jamur	76
Tabel 4.25.25 Nilai Atribut <i>Brand Emotional</i>	77
Tabel 4.26 <i>ERRC Grid</i> Restoran Jejamuran Resto	84
Tabel 4.27 <i>ERRC Grid</i> Restoran Jejamuran Resto Berdasarkan Kanvas Strategi	84
Tabel 4.28 Daftar Harga Kompetitor yang Memiliki Bentuk Sama	93
Tabel 4.29 Daftar Harga Kompetitor yang Memiliki Bentuk Berbeda, Fungsi Sama.....	94
Tabel 4.30 Daftar Harga Kompetitor yang Memiliki Bentuk dan Fungsi Berbeda, Tujuan Sama	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Inovasi Nilai	16
Gambar 2.2 Kanvas Strategi	17
Gambar 2.3 Kerangka Kerja Empat Langkah	20
Gambar 2.4 <i>ERRC (Erase-Reduce-Raise-Create) Grid</i>	21
Gambar 2.5 The Price Corridor of The Mass	23
Gambar 2.6 Kerangka Penelitian	29
Gambar 4.1 Responden Penelitian	41
Gambar 4.2 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Kelezatan Makanan	54
Gambar 4.3 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Konsistensi & Standarisasi Makanan	56
Gambar 4.4 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Higienitas Makanan	57
Gambar 4.5 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Variasi Makanan Jamur	59
Gambar 4.6 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Variasi Makanan Non-Jamur	61
Gambar 4.7 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Variasi Jamur	62
Gambar 4.8 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Variasi Menu Jamur <i>Take Away</i>	64
Gambar 4.9 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Kelezatan Makanan Vs Variabel Harga	65

Gambar 4.10 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Standarisasi Alat Makan	67
Gambar 4.11 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Pelayanan	68
Gambar 4.12 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Kebersihan Restoran	69
Gambar 4.13 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Biaya Parkir.....	71
Gambar 4.14 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Kenyamanan Fasilitas Ibadah	72
Gambar 4.15 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Area Parkir.....	74
Gambar 4.16 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Fasilitas <i>One Stop Family Leisure</i>	75
Gambar 4.17 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel Edukasi Jamur.....	77
Gambar 4.18 Peta Persepsi Konsumen Berdasarkan Variabel Harga Vs Variabel <i>Brand Emotional</i>	78
Gambar 4.19 Kanvas Strategi Industri Kuliner Restoran.....	79
Gambar 4.20 <i>The Price Corridor of The Mass</i>	95