



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	
.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	
.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
 BAB I	
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 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
 BAB II	
LANDASAN TEORI	10
2.1 Strategi Diferensiasi	10
2.1.1 Strategi Diferensiasi Menurut Porter	10
2.1.2 Strategi Diferensiasi Menurut Thompson et al.	12
2.2 Segmentasi Industri Perhotelan	15
2.2.1 Segmentasi Menurut Kotler dan Keller	16
2.2.2 Segmentasi Menurut Bowie et al.	18
2.3 Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	20
2.3.1 Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi Menurut Thompson,et al. . . .	20



2.3.2 Analisis Rantai Nilai	22
2.4 <i>Gap Analysis</i>	25
2.4.1 <i>Customer Perceptual Mapping</i>	26
2.4.2 <i>Strategic Group Mapping</i>	27
2.5 Rerangka Penelitian	29
BAB III	
METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Metoda Pengumpulan Data	31
3.2.1 Jenis data	31
3.2.2 Sumber Data	32
3.3 Instrumen Penelitian	34
3.3.1 Tipe Strategi Diferensiasi	34
3.3.2 Segmentasi Industri Perhotelan	36
3.3.3 Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	38
3.3.3 Analisis Kesenjangan Persepsi.....	39
3.4 Metode Analisis Data	40
3.5 Objek Penelitian	42
3.5.1 Profil Perusahaan	42
3.5.2 Struktur Organisasi	43
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Data	44
4.1.1 Pemilihan Tipe Strategi Diferensiasi Kapal Garden Hotel	44
4.1.2 Analisis Segmen Konsumen Kapal Garden Hotel	47
4.1.3 Analisis Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	
Kapal Garden Hotel	51
4.1.3.1 Analisis Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	51



4.1.3.2 Analisis Rantai Nilai.....	56
4.1.4 Analisis Kesenjangan Persepsi.....	61
4.1.4.1 Peta Persepsi Konsumen	61
4.1.4.2 Peta Kelompok Strategis	66
4.2 Pembahasan.....	68
4.2.1 Tipe Strategi Diferensiasi Kapal Garden Hotel	68
4.2.2 Segmen Konsumen Kapal Garden Hotel	69
4.2.3 Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	71
4.2.4 Analisis Kesenjangan Persepsi.....	72
BAB V	
SIMPULAN	76
5.1 Simpulan	76
5.1.1 Simpulan Hasil Pemilihan Tipe Strategi Diferensiasi Kapal Garden Hotel.....	76
5.1.2 Simpulan Hasil Analisis Segmen Konsumen Kapal Garden Hotel	76
5.1.3 Simpulan Hasil Analisis Rantai Nilai Kapal Garden Hotel	77
5.1.4 Simpulan Hasil Analisis Kesenjangan Persepsi KGH	77
5.2 Implikasi	78
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	78
5.2.2 Implikasi Praktis	78
5.3 Keterbatasan	79
5.4 Saran	80
DAFTARPUSTAKA	82
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Fitur-Fitur Pembeda Tipe Strategy Diferensiasi	13
Tabel 3.1 Data Responsen Utama Pihak Manajemen KGH	32
Tabel 4.1 Data Hasil Analisis Fitur-Fitur Pembeda Strategy Diferensiasi	44
Tabel 4.2 Data Hasil Analisis Segmen Konsumen Bisnis	47
Tabel 4.3 Data Hasil Analisis Segmen Konsumen Liburan	48
Tabel 4.4 Data Hasil Analisis Segmentasi Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.5 Data Hasil Analisis Segmentasi Berdasarkan Harga	49
Tabel 4.6 Data Hasil Analisis Segmentasi Berdasarkan Asal	50
Tabel 4.7 Data Hasil Analisis Segmentasi Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.8 Data Hasil Analisis Faktor Performa Produk	51
Tabel 4.9 Data Hasil Analisis Faktor Penelitian dan Pengembangan	52
Tabel 4.10 Data Hasil Analisis Faktor Layanan Ekstra	52
Tabel 4.11 Data Hasil Analisis Faktor Inovasi dan Teknologi	53
Tabel 4.12 Data Hasil Analisis Faktor Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.13 Data Hasil Analisis Faktor Kualitas merek KGH	54
Tabel 4.14 Data Hasil Analisis Faktor Pencarian Input yang Berkualitas	55
Tabel 4.15 Data Hasil Analisis Faktor Sumber Daya Manusia di KGH	55
Tabel 4.16 Data Hasil Penilaian Konsumen Terhadap KGH	62
Tabel 4.17 Data Hasil Penilaian Pihak Manajemen Perusahaan Terhadap KGH	65
Tabel 4.18 Perbandingan Nilai Pada Fitur-Fitur Pembeda Tipe Strategi Diferensiasi Pada KGH	69
Tabel 4.19 Persentase Kesenjangan Persepsi Pihak Manajemen dan Konsumen KGH	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Generik Porter	10
Gambar 2.2 Lima Strategi Kompetitif Generik Thompson et al.....	13
Gambar 2.3 Segmen Pasar Pariwisata.....	19
Gambar 2.4 Faktor-Faktor Pendorong Diferensiasi	21
Gambar 2.5 Kerangka Kerja Rantai Nilai	24
Gambar 2.6 Kesenjangan Persepsi	26
Gambar 2.7 Peta Persepsi Konsumen	27
Gambar 2.8 Peta Kelompok Strategis	29
Gambar 2.9 Kerangka Penelitian	30
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kapal Garden Hotel	43
Gambar 4.1 Peta Persepsi Konsumen (Harga dan Kualitas).....	62
Gambar 4.2 Peta Persepsi Konsumen (Konsep dan Pelayanan)	63
Gambar 4.3 Peta Persepsi Konsumen (Diferensiasi dan Variasi Produk)	64
Gambar 4.4 Peta Kelompok Strategis (Harga dan Kualitas).....	66
Gambar 4.5 Peta Kelompok Strategis (Konsep dan Pelayanan)	67
Gambar 4.6 Peta Kelompok Strategis (Diferensiasi dan Variasi Produk)	68
Gambar 4.7 Kesenjangan Persepsi Antara Pihak Manajemen dan Konsumen KGH	75