

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
INTISARI	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Strategi Kompetitif Generik.....	9
2.2. Strategi Diferensiasi.....	11
2.3. Segmentasi	13
2.4. Faktor – Faktor Pendorong Diferensiasi	15
2.5. Analisis Rantai Nilai	17
2.6. Kepuasan Pelanggan	18
2.7. Analisis Kesenjangan.....	20
2.7.1. Pemetaan Persepsi Konsumen	20
2.8. Rerangka Penelitian	21
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.2.1. Sumber Data.....	24

3.2.2. Metode Pemilihan Responden	25
3.3. Instrumen Penelitian	26
3.3.1. Tipe Strategi Diferensiasi.....	26
3.3.2. Segmentasi Industri Bakpia	26
3.3.3. Faktor – Faktor Pendorong Diferensiasi	27
3.3.4. Analisis Kesenjangan Persepsi	29
3.4. Metode Analisis Data.....	29
3.4.1. Analisis Strategi Diferensiasi.....	29
3.4.2. Analisis Segmentasi	30
3.4.3. Analisis Rantai Nilai	30
3.4.4. Analisis Kesenjangan.....	31
3.5. Profil Perusahaan	32
 BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Deskripsi Data.....	33
4.1.1. Pemilihan Tipe Strategi Diferensiasi Bakpia Wong Jogja.....	33
4.1.2. Analisis Segmentasi Bakpia Wong Jogja.....	37
4.1.3. Analisis Faktor Pendorong Diferensiasi Bakpia Wong Jogja.....	40
4.1.4. Analisis Kesenjangan Persepsi	49
4.2. Pembahasan.....	58
4.2.1. Tipe Strategi Diferensiasi Bakpia Wong Jogja.....	58
4.2.2. Segmen Konsumen Bakpia Wong Jogja.....	58
4.2.3. Faktor – Faktor Pendorong Diferensiasi	60
4.2.4. Kesenjangan Persepsi.....	62
 BAB V	
SIMPULAN	66
5.1. Simpulan	66
5.1.1. Simpulan Hasil Pemilihan Tipe Strategi Diferensiasi Bakpia Wong Jogja	66
5.1.2. Simpulan Hasil Analisis Segmentasi Bakpia Wong Jogja.....	66
5.1.3. Simpulan Hasil Analisis Rantai Nilai	67
5.1.4. Simpulan Hasil Analisis Kesenjangan Persepsi.....	68
5.2. Implikasi	68
5.2.1. Implikasi Teoritis	68
5.2.3. Implikasi Praktis	69
5.3. Keterbatasan.....	70
5.4. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Fitur – Fitur Pembeda Tipe Strategi Diferensiasi	13
Tabel 3.1. Data Responden Utama Pihak Manajemen Bakpia Wong Jogja	24
Tabel 4.1. Data Hasil Analisis Fitur – Fitur Pembeda Tipe Strategi Diferensiasi Bakpia Wong Jogja	34
Tabel 4.2. Data Hasil Analisis Segmen Dimensi Kebutuhan	38
Tabel 4.3. Data Hasil Analisis Segmen Dimensi Usia (Demografi).....	38
Tabel 4.4. Data Hasil Analisis Segmen Dimensi Harga	39
Tabel 4.5. Data Hasil Analisis Segmen Dimensi Asal (Geografi).....	39
Tabel 4.6. Data Hasil Analisis Segmen Dimensi Pekerjaan	40
Tabel 4.7. Data Hasil Analisis Faktor Performa Produk	40
Tabel 4.8. Data Hasil Analisis Faktor Penelitian dan Pengembangan.....	41
Tabel 4.9. Data Hasil Analisis Faktor Layanan Ekstra	42
Tabel 4.10. Data Hasil Analisis Faktor Inovasi dan Penggunaan Teknologi	43
Tabel 4.11. Data Hasil Analisis Faktor Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4.12. Data Hasil Analisis Faktor Kualitas Merek	44
Tabel 4.13. Data Hasil Analisis Faktor Pencarian Input yang Berkualitas.....	44
Tabel 4.14. Data Hasil Analisis Faktor Sumber Daya Manusia	45
Tabel 4.15. Data Penilaian Konsumen Terhadap Bakpia Wong Jogja	50
Tabel 4.16. Data Penilaian Pihak Manajemen Terhadap Bakpia Wong Jogja ...	54
Tabel 4.17. Perbandingan Nilai pada Fitur – Fitur Pembeda Tipe Strategi Diferensiasi Bakpia Wong Jogja.....	58
Tabel 4.18. Persentase Kesenjangan Persepsi Pihak Manajemen dan Konsumen Bakpia Wong Jogja	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara Yogyakarta 2014 – 2018.....	3
Gambar 2.1. Lima Strategi Kompetitif Generik	9
Gambar 2.2. Faktor – Faktor Pendorong Diferensiasi	16
Gambar 2.3. Ilustrasi Rantai Nilai Perusahaan	18
Gambar 2.4. Keterkaitan antara Kualitas, Kepuasan Pelanggan, dan Profitabilitas	19
Gambar 2.5. Ilustrasi Peta Persepsi Konsumen	21
Gambar 2.6. Rerangka Penelitian	22
Gambar 4.1. Peta Persepsi Konsumen Bakpia Wong Jogja pada Variabel Harga dan Kualitas	51
Gambar 4.2. Peta Persepsi Konsumen Bakpia Wong Jogja pada Variabel Fasilitas dan Pelayanan	52
Gambar 4.3. Peta Persepsi Konsumen Bakpia Wong Jogja pada Variabel Diferensiasi dan Variasi Produk	53
Gambar 4.4. Peta Persepsi Manajemen Industri Bakpia di Yogyakarta pada Variabel Harga dan Kualitas	55
Gambar 4.5. Peta Persepsi Manajemen Industri Bakpia di Yogyakarta pada Variabel Fasilitas dan Pelayanan	56
Gambar 4.6. Peta Persepsi Manajemen Industri Bakpia di Yogyakarta pada Variabel Diferensiasi dan Variasi Produk.....	57
Gambar 4.7. Peta Kesenjangan Persepsi Pihak Manajemen dan Konsumen Bakpia Wong Jogja	64