

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN PRODUCT LIFE
CYCLE PADA RESTORAN “X” DI YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



DWI SAPTA SUKMA YUDISTIRA

13 06 07201

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul
**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN PRODUCT LIFE CYCLE PADA
RESTORAN "X" DI YOGYAKARTA**

yang disusun oleh
Dwi Sapta Sukma Yudistira
13 06 07201

Dinyatakan telah lengkap memenuhi syarat pada tanggal 21 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,



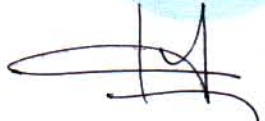
Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.

Tim Penguji,
Penguji 1,



Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.

Penguji 2,



Ign. Luddy Indra Purnama, M.Sc.

Penguji 3,



Deny Ratna Yuniartha, S.T., M.T.

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,



Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Sapta Sukma Yudistira

NPM : 13 06 07201

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Strategi Pemasaran Berdasarkan Product Life Cycle Pada Restoran "X" Di Yogyakarta" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2016/2017 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Dwi Sapta Sukma Yudistira

“人生有三样东西不可挽回：
时间、机遇和说出去的话。”

-Mahatma Gandhi-

“Your future is created by what you do
today not tomorrow”

-Robert kiyosaki-

Skripsi ini saya persembahkan untuk,

Kedua Orangtua (Adam Malik dan Lina)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan karunia-Nya, proses pengerjaan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mencapai drajak Sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis untuk itu mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Teguh Siswanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Bapak V. Ariyono, S.T., M.T. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
3. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D. Eng. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dari awal sampai akhir pengerjaan Tugas Akhir.
4. Orang tua dan adik yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis agar dapat mengerjakan Tugas Akhir dengan baik dan lancar.
5. Pusdiklat Sukhavati Maitreya dan Vihara Bodhicitta Maitreya yang menjadi rumah kedua di Yogyakarta.
6. Teman-teman Grup Lampung *Brotherhood* (Vanky, Surya, Rony, Edho, dan Dwiky), teman-teman KKN 71 Jonggrangan, teman bimbingan (Andika, Dian, Yesa, Dira, dan Prana), serta teman kontrakan (Kenny, Budi, dan Alim) yang selalu memberikan dukungan semangat dalam menjalani pelaksanaan Tugas Akhir.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam Tugas Akhir ini sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan guna menyempurnakan laporan tersebut.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan serta dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca di masa yang akan datang, Terima Kasih.

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
	KATA PENGANTAR	v
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	xi
	DAFTAR LAMPIRAN	xii
	INTISARI	xiii
1	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	2
	1.3. Tujuan	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Jasa	9
	2.3. Industri Restoran	9
	2.4. Siklus Hidup Produk	10
	2.5. Konsep Siklus Hidup Produk	13
	2.6. Pengertian Pemasaran	14
	2.7. Konsep Pemasaran	15
	2.8. Strategi Bauran Pemasaran	16
	2.9. Analisis <i>Crosstab</i>	19
	2.10. Standar Harga Makanan dan Minuman	19
3	METODOLOGI PENELITIAN	21
	3.1. Tahap Pendahuluan	21
	3.2. Tahap Pengumpulan Data	22

3.3. Tahapan Pengolahan dan Analisis Data	25
3.4. Tahap Akhir	27
4 PENGUMPULAN DATA	29
4.1. Profil Restoran	29
4.2. Produk yang Dihasilkan	30
4.3. Data Penjualan Restoran “X” dan “Y”	34
5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA	40
5.1. Grafik Penjualan Restoran “X” dan “Y”	40
5.2. Tahap Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>) Restoran	41
5.3. Uji Instrumen Penelitian	43
5.4. Karakteristik Responden	47
5.5. Penilaian Konsumen	51
5.6. Analisis <i>Crosstab</i> Karakteristik Responden dan Variabel Responden	71
5.7. Uji <i>Chi – Square</i> Hasil Analisis <i>Crosstab</i>	79
5.6. Pelaporan Hasil	80
6 IMPLEMENTASI	86
7 KESIMPULAN DAN SARAN	88
7.1. Kesimpulan	88
7.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Rangkuman Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1. Bobot Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.2. Variabel Kuesioner <i>Marketing Mix 7P</i>	25
Tabel 4.1. Data Penjualan Restoran “X” Agustus 2015 – Maret 2016	36
Tabel 4.2. Data Penjualan Restoran “X” April 2016 – Januari 2017	36
Tabel 4.3. Data Penjualan Restoran “Y” Agustus 2015 – Desember 2015	37
Tabel 4.4. Data Penjualan Restoran “Y” Januari 2016 – Januari 2017	38
Tabel 5.1. Pengujian Validitas untuk <i>Product</i> (Produk)	43
Tabel 5.2. Pengujian Validitas untuk <i>Price</i> (Harga)	44
Tabel 5.3. Pengujian Validitas untuk <i>Place</i> (Lokasi)	44
Tabel 5.4. Pengujian Validitas untuk <i>Promotion</i> (Promosi)	45
Tabel 5.5. Pengujian Validitas untuk <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	45
Tabel 5.6. Pengujian Validitas untuk <i>Process</i> (Proses)	46
Tabel 5.7. Pengujian Validitas untuk <i>People</i> (Orang)	46
Tabel 5.8. Hasil Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 5.9. Hasil Kuesioner Variabel <i>Product</i> Pertanyaan 1	51
Tabel 5.10. Hasil Kuesioner Variabel <i>Product</i> Pertanyaan 2	52
Tabel 5.11. Hasil Kuesioner Variabel <i>Product</i> Pertanyaan 3	52
Tabel 5.12. Hasil Kuesioner Variabel <i>Product</i> Keseluruhan	53
Tabel 5.13. Hasil Kuesioner Variabel <i>Price</i> Pertanyaan 1	53
Tabel 5.14. Hasil Kuesioner Variabel <i>Price</i> Pertanyaan 2	54
Tabel 5.15. Hasil Kuesioner Variabel <i>Price</i> Pertanyaan 3	54
Tabel 5.16. Hasil Kuesioner Variabel <i>Price</i> Pertanyaan 4	55
Tabel 5.17. Hasil Kuesioner Variabel <i>Price</i> Keseluruhan	56
Tabel 5.18. Hasil Kuesioner Variabel <i>Place</i> Pertanyaan 1	56
Tabel 5.19. Hasil Kuesioner Variabel <i>Place</i> Pertanyaan 2	57
Tabel 5.20. Hasil Kuesioner Variabel <i>Place</i> Pertanyaan 3	57
Tabel 5.21. Hasil Kuesioner Variabel <i>Place</i> Keseluruhan	58
Tabel 5.22. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Pertanyaan 1	58
Tabel 5.23. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Pertanyaan 2	59
Tabel 5.24. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Pertanyaan 3	59
Tabel 5.25. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Pertanyaan 4	60
Tabel 5.26. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Pertanyaan 5	61
Tabel 5.27. Hasil Kuesioner Variabel <i>Promotion</i> Keseluruhan	61

Tabel 5.28. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 1	62
Tabel 5.29. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 2	62
Tabel 5.30. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 3	63
Tabel 5.31. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 4	63
Tabel 5.32. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 5	64
Tabel 5.33. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Pertanyaan 6	64
Tabel 5.34. Hasil Kuesioner Variabel <i>Physical Evidence</i> Keseluruhan	65
Tabel 5.35. Hasil Kuesioner Variabel <i>Process</i> Pertanyaan 1	66
Tabel 5.36. Hasil Kuesioner Variabel <i>Process</i> Pertanyaan 2	66
Tabel 5.37. Hasil Kuesioner Variabel <i>Process</i> Pertanyaan 3	67
Tabel 5.38. Hasil Kuesioner Variabel <i>Process</i> Pertanyaan 4	67
Tabel 5.39. Hasil Kuesioner Variabel <i>Process</i> Keseluruhan	68
Tabel 5.40. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Pertanyaan 1	68
Tabel 5.41. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Pertanyaan 2	69
Tabel 5.42. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Pertanyaan 3	69
Tabel 5.43. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Pertanyaan 4	70
Tabel 5.44. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Pertanyaan 5	70
Tabel 5.45. Hasil Kuesioner Variabel <i>People</i> Keseluruhan	71
Tabel 5.46. Hubungan Pekerjaan dengan Pengeluaran	72
Tabel 5.47. Hubungan Pekerjaan dengan Rentan Harga Makanan	73
Tabel 5.48. Hubungan Pengeluaran dengan Rentan Harga Makanan	73
Tabel 5.49. Hubungan Pekerjaan dengan Rentan Harga Minuman	74
Tabel 5.50. Hubungan Pengeluaran dengan Rentan Harga Minuman	74
Tabel 5.51. Hubungan Pekerjaan dengan Harga Pesaing	75
Tabel 5.52. Hubungan Pengeluaran dengan Harga Pesaing	76
Tabel 5.53. Hubungan Pekerjaan dengan Promosi Potongan Harga	76
Tabel 5.54. Hubungan Pekerjaan dengan Media Sosial	77
Tabel 5.55. Hubungan Pekerjaan dengan Promosi <i>Voucher</i>	78
Tabel 5.56. Hubungan Pekerjaan dengan Informasi Melalui Brosur	78
Tabel 5.57. Hasil Uji <i>Chi – Square</i>	79
Tabel 5.58. Bahan Minuman Restoran “X”	82
Tabel 5.59. Penggunaan Bahan pada Minuman Restoran “X”	83
Tabel 5.60. Harga Bahan Minuman	83
Tabel 5.61. Perhitungan Total Bahan Minuman	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan <i>Product Life Cycle</i>	11
Gambar 3.1. Diagram Alir Metodologi Penelitian	21
Gambar 4.1. Lokasi Restoran “X” Yogyakarta	29
Gambar 4.2. Nori Rice	31
Gambar 4.3. Avocado Mocha	31
Gambar 4.4. Roti Isi Coklat	32
Gambar 4.5. Roti Isi Keju	32
Gambar 4.6. Roti Wijen Hitam dan Roti Isi Selai Kopi	32
Gambar 4.7. Daging Nabati Proteina	33
Gambar 4.8. Daging Nabati Crispy	33
Gambar 5.1. Grafik Penjualan Restoran “X”	40
Gambar 5.2. Grafik Penjualan Restoran “Y”	40
Gambar 5.3. Grafik Penjualan 2 Restoran	41
Gambar 5.4. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 5.5. Identitas Konsumen Berdasarkan Usia	48
Gambar 5.6. Identitas Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Gambar 5.7. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 5.8. Identitas Konsumen Berdasarkan Pengeluaran per bulan	50
Gambar 5.9. Menu Minuman Restoran “X”	81
Gambar 5.10. Menu Minuman Restoran “Y”	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Kuesioner	94
Lampiran 2. Uji Validitas dengan Software SPSS 22	102



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini yaitu menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk menyelesaikan masalah dan keluhan konsumen berdasarkan siklus hidup produk. Peneliti membandingkan siklus hidup produk restoran vegan di daerah Malioboro sehingga penelitian ini menggunakan 2 data penjualan yaitu Restoran “X” dan Restoran “Y” dari tahun 2015 hingga 2017. Setelah mengetahui posisi produk Restoran “X”, kemudian menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan *marketing mix 7P*. ketujuh variabel tersebut: *product*, *price*, *promotion*, *place*, *physical evidence*, *process*, dan *people*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan analisis *crosstab*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden diambil dengan 4 tempat berbeda yaitu Restoran “X”, Vihara Bodhicitta Maitreya, Pusdiklat Sukhavati Maitreya, dan Komunitas Atma Vegan Club. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*, pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen di Restoran “X” adalah pria, rata-rata konsumen restoran berusia di bawah 25 tahun. Pekerjaan konsumen restoran mayoritas mahasiswa yang pendidikan terakhirnya mayoritas adalah SMA dengan pengeluaran per bulan sebesar Rp1.500.000 – Rp4.000.000. Penilaian konsumen terhadap strategi bauran pemasaran di Restoran “X” dapat disimpulkan bahwa *product* terdapat masalah pada variasi menu dan masalah dengan pelayanan yang lama saat terjadi penambahan order, pada *price* juga terdapat masalah terhadap harga makanan dan minuman, pada *place* terdapat masalah terhadap sulitnya akses mobil menuju lokasi. Pada *promotion* terdapat masalah terhadap papan nama yang tidak terlihat jelas disisi jalan dan tidak setuju jika Restoran “X” melakukan promosi melalui *voucher*, pada *physical evidence* terdapat masalah pada tempat parkir yang tidak luas, pada *process* terdapat masalah terhadap proses penyajian yang lama. Namun dari hasil penelitian pada variabel *people* memiliki skor penilaian yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah pada variabel tersebut.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Siklus Hidup Produk, *Marketing mix 7P*, Analisis *Crosstab*, Restoran Vegan.