

HUBUNGAN KAUSAL STRATEGI PEMASARAN DENGAN KINERJA PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI SLEMAN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Albertus Ryan Alvian

NPM: 07 03 16762

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

DESEMBER, 2011

SKRIPSI

**HUBUNGAN KAUSAL STRATEGI PEMASARAN DENGAN KINERJA
PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI SLEMAN**

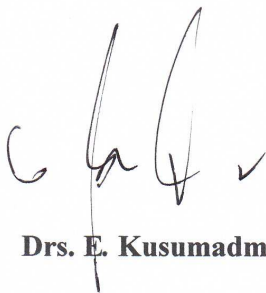
Disusun Oleh :

Albertus Ryan Alvian

NPM: 07 03 16762

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



Drs. E. Kusumadmo, MM. Ph.D.

Tanggal 14 November 2011

SKRIPSI

HUBUNGAN KAUSAL STRATEGI PEMASARAN DENGAN KINERJA PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI SLEMAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

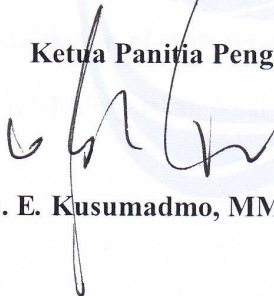
Albertus Ryan Alvian

NPM : 07 03 16762

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 7 Desember 2011
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Drs. E. Kusumadmo, MM. PhD.

Anggota Panitia Penguji


Dr. MF. Shellyana Djunaedi, S.E., M.Si


A. Fandy Tjiptono, S.E., M.Comm, Ph.D

Yogyakarta, 7 Desember 2011

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE., MT.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

HUBUNGAN KAUSAL STRATEGI PEMASARAN DENGAN KINERJA PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI SLEMAN

Benar-benar hasil karya saya sendiri. pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 November 2011

Yang menyatakan



Albertus Ryan Alvian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	4
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
1.5.Batasan Pembelajaran.....	7
1.6.Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pendahuluan.....	10
2.2 Teori Kontingensi dalam Manajemen.....	11

2.3 Konsep Organisasi-Kesesuaian Lingkungan.....	14
2.4 Kerangka Umum Studi.....	22
2.5 Hipotesis.....	24
2.5.1 Lingkungan Bisnis Eksternal.....	24
2.5.1.1 Perubahan Teknologi.....	25
2.5.1.2 Daya Saing Pasar.....	28
2.5.1.3 Daya Saing Pasar.....	30
2.5.2 Proses Rumusan Strategi Pemasaran.....	33
2.5.2.1 Dukungan Manajemen Puncak.....	34
2.5.2.2 Keterlibatan Manajeer-Manajer Pemasaran.....	37
2.5.3 Strategi Pemasaran.....	42
2.5.4 Evaluasi dan Kontrol.....	49
2.6 Kerangka Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.1.1 Data Primer.....	52
3.1.1 Data sekunder.....	52
3.2 Populasi dan Sampel.....	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Pengumpulan Data.....	53
3.3.1 Perubahan Teknologi.....	53
3.3.2 Daya Tarik Pasar.....	54

3.3.3	Daya Saing Pasar.....	54
3.3.4	Dukungan Manajemen Puncak.....	55
3.3.5	Keterlibatan Manajer Pemasaran.....	55
3.3.6	Kredibilitas Strategi Pemasaran.....	56
3.3.7	Evaluasi dan Kontrol.....	57
3.3.8	Kinerja Organisasi.....	57
3.4	Pengujian Instrumen.....	58
3.4.1	Uji Reabilitas.....	58
3.4.2	Uji Validitas.....	59
3.5	Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1	Regresi Linier berganda.....	59
3.5.2	Uji T.....	60
3.5.3	Uji F.....	61
BAB IV ANALISIS DATA.....		62
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	62
4.2	Analisis Deskriptif.....	62
4.2.1	Komposisi Berdasar Kedudukan Jabatan.....	62
4.2.2	Komposisi Berdasar Atasan Langsung.....	63
4.2.1	Komposisi Berdasarkan banyaknya Pegawai.....	63
4.2.4	Komposisi berdasarkan Banyaknya Marketing.....	64
4.3	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	65
4.3.1	Uji Validitas.....	65
4.3.2	Uji Reabilitas.....	68

4.4 Analisis Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Peran Manajer terhadap	
Kredibilitas Manajer Pemasaran.....	59
4.4.1 Daya Tarik Pasar.....	70
4.4.2 Daya Tarik Pasar dan daya Saing Pasar.....	72
4.4.3 Daya Tarik Pasar, Daya Saing Pasar dan Keterlibatan	
Manajer.....	74
4.4.4 Daya Tarik Pasar, Daya Saing Pasar, Keterlibatan dan	
Dukungan Manajer Puncak.....	76
4.4.5 Kredibilitas Manajer Pemasaran.....	79
4.4.6 Evaluasi dan Kontrol.....	81
4.5 Pembahasan.....	81
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.1.1 Analisis Deskriptif.....	84
5.1.2 Hipotesis.....	85
5.1.3 Masalah Penelitian.....	88
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	91
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Umum Studi.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Komposisi Berdasarkan Kedudukan Jabatan.....	62
Tabel 4.2 Komposisi Berdasarkan Atasan Langsung.....	63
Tabel 4.3 Komposisi Berdasarkan Banyaknya Pegawai.....	63
Tabel 4.4 Komposisi Berdasarkan Banyaknya Marketing.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	68
Tabel 4.7 Hasil Regresi Berganda (Daya Tarik Pasar).....	69
Tabel 4.8 Hasil Regresi Berganda (Daya Tarik Pasar dan Daya Saing Pasar).....	71
Tabel 4.9 Hasil Regresi Berganda (Daya Tarik Pasar, Daya Saing Pasar dan Keterlibatan Manajer).....	73
Tabel 4.10 Hasil Regresi Berganda (Daya Tarik Pasar, Daya Saing Pasar, Keterlibatan Manajer dan Dukungan Manajer Puncak).....	76
Tabel 4.11 Hasil Regresi Berganda (Kredibilitas Manajer Pemasaran).....	79
Tabel 4.12 Hasil Regresi Berganda (Evaluasi dan Kontrol).....	80

HUBUNGAN KAUSAL STRATEGI PEMASARAN DENGAN KINERJA PADA RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI SLEMAN

Disusun oleh :

Albertus Ryan Alvian

NPM : 07 03 16762

Pembimbing

E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Abstraksi

Penelitian ini berkisar tentang hubungan antara kesesuaian lingkungan bisnis dengan strategi yang digunakan oleh para manajer pemasaran terkhususnya manajer restoran di Sleman. Penelitian ini terdiri dari lima bagian, yang merupakan gambaran dari strategi penelitian yang dilakukan oleh manajemen dan marketing beserta hipotesisnya. Dua bagian pertama merupakan kajian dari strategi studi empiris dalam manajemen, yang dimulai dengan diskusi tentang teori kontinjensi sebagai akar penelitian strategi. Bagian kedua mengkaji konsep "*Fit*", sebagai tema utama dalam teori kontingensi. Bagian ini membahas perbedaan pendapat antara ilmuwan dengan praktisi mengenai peranan seorang manajer pemasaran dalam menyesuaikan organisasi mereka dengan lingkungan mereka. Ulasan bagian ketiga mengkaji studi empiris dalam strategi "*Fit*". Bab ini berdiskusi tentang studi strategi konten yang berfokus pada pokok strategi yang berhubungan dengan faktor-faktor lingkungan dan kinerja organisasi. Sedangkan pada bagian empat merupakan gambaran dari penelitian ini yang digambarkan dalam sebuah kerangka sederhana. Dan pada bagian terakhir adalah hipotesis beserta landasanya yang menjelaskan alasan dari munculnya hipotesis.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Kinerja, Kontingensi, *Fit*