

Daftar Isi

Daftar Isi	i
Daftar Gambar	ii
Daftar Tabel	ii
Lampiran	ii
1. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
1.3 Kerangka Pikir	2
Metode Kajian	3
2.1 Waktu dan Tempat Pengamatan	3
2.2 Jenis dan Cara Pengambilan Data	4
2.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	4
2.3.1 Analisis Deskriptif	4
2.3.2 Pengumpulan dan Pengolahan Data	5
2.3.3 Tabulasi silang	6
Keadaan Umum	6
3.1 Sejarah	7
3.2 Kegiatan	8
3.2.1 Shift kerja dan pembagian tugas di hot kitchen / café section.	8
3.2.2 Shift kerja dan pembagian tugas di commissary kitchen	8
3.2.3 Shift kerja dan pembagian tugas di klappertart section.	9
3.2.4 Shift kerja dan pembagian tugas di pastry kitchen.	10
3.3 Struktur Organisasi	11
4. Loyalitas pelanggan di Klappertart Huize and Resto	13
4.1 Strategi Pemasaran Klappertart Huize and Resto	13
4.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning	13
4.1.2 Bauran Pemasaran	14
4.1.3 Identifikasi Masalah	16
4.2 Hasil Survei	16
4.2.1 Karakteristik Konsumen	16
4.3 Persepsi Konsumen Terhadap Klappertart Huize and Resto	17
4.3.1 Persepsi konsumen terhadap bauran produk	17
4.3.2 Persepsi konsumen terhadap bauran harga	18
4.3.3 Persepsi terhadap bauran tempat dan bukti fisik	20
4.3.4 Persepsi konsumen terhadap bauran promosi	21
4.3.5 Persepsi konsumen terhadap bauran personel (orang)	21
4.3.6 Persepsi terhadap pembelian ulang ke Klappertart Huize and Resto	22
4.4 Tabulasi silang	23
4.4.1 Hubungan antara usia dengan loyalitas pelanggan	23
4.4.2 Hubungan antara pendapatan dengan loyalitas pelanggan	24
Simpulan dan saran	25
5.1 Simpulan	25
5.2 Saran	26
Daftar Pustaka	27
LAMPYRAN	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Daftar Gambar

Gambar 1 Kerangka pikir	3
Gambar 2 Struktur organisasi F&B department	12

Daftar Tabel

Tabel 1 Jenis dan cara pengambilan data	4
Tabel 2 Interval kelas skala likert	5
Tabel 3 Interval kelas skala kesimpulan	6
Tabel 4 Shift kerja di café section	8
Tabel 5 Shift kerja di snack box section	9
Tabel 6 Shift kerja di klappertart section	10
Tabel 7 Shift kerja di pastry kitchen	11
Tabel 8 Jumlah pegawai	13
Tabel 9 Karakteristik pelanggan	17
Tabel 10 Persepsi terhadap bauran produk	18
Tabel 11 Persepsi terhadap bauran harga	18
Tabel 12 Harga makanan di Klappertart Huize and Resto	19
Tabel 13 Persepsi terhadap bauran tempat dan bukti fisik	20
Tabel 14 Persepsi terhadap bauran promosi	21
Tabel 15 Persepsi terhadap bauran personel/orang	22
Tabel 16 Indikator loyalitas konsumen	23
Tabel 17 Hubungan antara usia dan loyalitas	24
Tabel 18 Hubungan antara pendapatan dan loyalitas	24

Lampiran

Lampiran 1 Youtube : Klappertart Huize & Resto	31
Lampiran 2 Zoomato : Klappertart Huize & Resto	31
Lampiran 3 Struktur organisasi F&B Product	32
Lampiran 4 Menu	33
Lampiran 5 Fasilitas restoran	34
Lampiran 6 Data responden	35
Lampiran 7 Kuisisioner	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.