

**ANALISIS *POSITIONING MAPPING ROCKET CHICKEN* PADA RUMAH  
MAKAN CEPAT SAJI DI PURWOKERTO**

**(Studi kasus: *Rocket Chicken* Jalan Jatisari Bancarkembar)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Bisnis Syari'ah ( S.E)

Oleh:

**SITY KHERYATI MA'RIFAH**

**NIM 1423203166**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sity Kheryati Ma'rifah  
NIM : 1423203166  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi :

**“Analisis Positioning Mapping Rocket Chicken Pada Rumah Makan Cepat Saji Di Purwokerto (Studi Kasus Rocket Chicken Jalan Jatisari Bancarkembar)”**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ Karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 31 Desember 2018

Saya yang Menyatakan,

IAIN PU



**Sity Kheryati Ma'rifah**  
**NIM. 1423203166**

## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**ANALISIS POSITIONING MAPPING ROCKET CHICKEN PADA RUMAH  
MAKAN CEPAT SAJI DI PURWOKERTO**  
(Studi Kasus : Rocket Chicken Jalan Jatisari Bancarkembar)

Yang disusun oleh Saudari **Sity Kheryati Ma'rifah** NIM. 1423203166 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pad hari **Jum'at**, tanggal **11 Januari 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

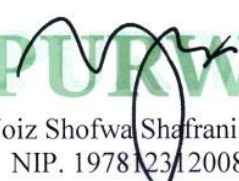
  
In Solikhin, M.Ag  
NIP. 197208052001121002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.  
NIP. 197903232011011007

Pembimbing/Penguji


**IAIN PURWOKERTO**

  
Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si  
NIP. 197812312008012027

Purwokerto, - Januari 2019

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



  
Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 196804031994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Sity Kheryati Ma'rifah NIM. 1423203166 yang berjudul:

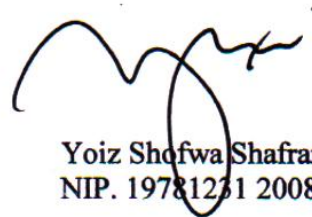
**“Analisis Positioning Mapping Rocket Chicken Pada Rumah Makan Cepat Saji Di Purwokerto (Studi Kasus Rocket Chicken Jalan Jatisari Bancarkembar)”**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (.S.E.).

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

IAIN PUR

Purwokerto, 31 Desember 2018  
Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si  
NIP. 19781231 200801 2 027

**ANALISIS POSITIONING MAPPING ROCKET CHICKEN PADA RUMAH  
MAKAN CEPAT SAJI DI PURWOKERTO  
(STUDY KASUS: ROCKET CHICKEN JALAN JATISARI  
BANCARKEMBAR)**

**Sity Khervati Ma'rifah**

NIM. 1423203166

E-mail: [sitymarifah240@gmail.com](mailto:sitymarifah240@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

Rumah makan cepat saji adalah bisnis makanan yang terus berkembang di Indonesia. Hal ini disebabkan karena semua orang membutuhkan makan sehingga secara otomatis bisnis rumah makan cepat saji selalu dicari orang. Makanan merupakan salah satu kebutuhan *primer* manusia yang harus terpenuhi. Bisa dilihat dengan semakin banyaknya bermunculan rumah makan cepat saji yang menawarkan produknya kepada pasar. Bahkan banyak diantara perusahaan rumah makan cepat saji yang sebenarnya menawarkan produk sejenis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peta *positioning* rumah makan cepat saji berdasarkan persepsi konsumen di Purwokerto, serta menganalisis atribut-atribut apa saja yang mempengaruhinya sebagai pelayanan jasa rumah makan cepat saji dalam memposisikan pesaing *Rocket Chicken* antara lain: *Quick Chicken*, *Yogya Chicken*, *Dirty Chicken* dan *SolChic* di Purwokerto. Dasar yang digunakan untuk memposisikan rumah makan cepat saji berdasarkan persepsi konsumen yaitu atribut harga, rasa, kualitas, desain, dan lokasi. Teknik-teknik yang digunakan adalah analisis MDS (*Multidimensional Scaling*). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 33 responden yang diambil dari kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan peta *positioning* rumah makan cepat saji berdasarkan persepsi konsumen di Purwokerto, diketahui mempunyai posisi yang berbeda-beda. Perbedaan persepsi terlihat jelas dari hasil uji MDS (*Multidimensional Scaling*) yang menunjukkan bahwa posisi persaingan rumah makan cepat saji di Purwokerto terbagi dalam beberapa posisi sebagai berikut : Posisi persaingan 1 merupakan posisi persaingan terkuat dan merupakan suatu persaingan langsung dimiliki oleh rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken*. Persaingan tersebut terutama terletak pada harga, rasa, kualitas dan lokasi. Posisi persaingan 2 dimiliki oleh rumah makan cepat saji *Yoga Chicken* dan *SolChic*. Kedua rumah makan cepat saji tersebut memiliki persaingan terutama pada desain tempat.

**Kata Kunci:** Persepsi Konsumen, *Positioning*, dan Analisis MDS (*Multidimensional Scaling*)

**ANALYSIS POSITIONING MAPPING ROCKET CHICKEN OF FAST  
FOOD HOUSE IN PURWOKERTO  
(STUDY CASE: ROCKET CHICKEN JALAN JATISARI  
BANCARKEMBAR)**

**Sity Kheryati Ma'rifah**

NIM 1423203166

E-mail: [sitymarifah240@gmail.com](mailto:sitymarifah240@gmail.com)

*Sharia Economics Departement Islamic Economics and business Faculty  
State Institute on Islamic Studies Purwokerto*

**ABSTRACT**

*Fast food restaurants are food businesses that continue to grow in Indonesia. This is because everyone needs food so automatically the fast food restaurant business is always sought after. Food is one of the primary human needs that must be fulfilled. It can be seen by the increasing number of fast food restaurants that offer their products to the market. In fact, many of them are restaurant companies that actually offer similar products.*

*This study aims to analyze the map positioning of fast food restaurants based on consumer perceptions in Purwokerto, and analysis what attributes analysis it as a fast food restaurant service in positioning Rocket Chicken competitors include: Quick Chicken, Yogya Chicken, Dirty Chicken and SolChic in Purwokerto. The basis used to position fast food restaurants is based on consumer perceptions, namely attributes of price, taste, quality, design, and location. The techniques used are MDS (Multidimensional Scaling) analysis. This research was conducted by taking respondents as many as 33 respondents taken from the questionnaire.*

*The results of this study show a map of the positioning of fast food restaurants based on consumer perceptions in Purwokerto, known to have different positioning. Differences in perceptions are evident from the results of the MDS (Multidimensional Scaling) test which shows that the position of competition Fast food restaurants in Purwokerto are divided into several positioning as follows: The position of competition 1 is the position of the strongest competition and*

*is a direct competition owned by Yogya Chicken and Dirty Chicken fast food restaurants. The competition mainly lies in price, taste, quality and location. The positioning of competition 2 is fast food by the Yogya Chicken and SolChic. Two's fast food restaurants have competition especially in the design of the place*

**Keywords:** *Consumer Perception, Positioning, and MDS (Multidimensional Scaling) Analysis*



## **MOTTO**

*“Success is not final, failure is not fatal: it is the courage to continue that counts.”*

“Kesuksesan bukanlah suatu akhir, kegagalan tidak berakibat fatal: keberanianlah yang akan terus berlanjut.”

*(Winston Churchill)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur, dengan segenap cinta dan ketulusan hati, penulis  
mempersembahkan skripsi ini kepada:

Bapak dan Ibu penulis (Bapak Muhammad Ma'ruf dan Ibu Eti Dwi Untari)  
tercinta yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doanya serta  
selalu memberi motivasi dan dukungan yang besar kepada penulis.

Adik penulis Hasbi Zean Ma'ruf dan Muhammad Syihab Bahrulillum beserta  
seluruh keluarga terimakasih atas iringan doa dan motivasi yang telah diberikan  
kepada penulis.





## PEDOMAN TRANSLITERASI (ARAB LATIN)

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa	š	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	za (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi

ك	kaf	k	ka
ل	Lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	w
ه	ha’	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

**Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap**

متعددة	ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	ditulis	<i>‘iddah</i>

**Ta’marbutah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h***

حكمة	ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan apada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali, bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diketahui dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-aulyā</i>
----------------	---------	-------------------------

- b. Bila *ta’marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

## B. Vokal Pendek

◌َ	fathah	Ditulis	a
◌ِ	kasrah	Ditulis	i
◌ُ	d'ammah	Ditulis	u

## C. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	<i>karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

## D. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

## E. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
-------	---------	----------------

أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكركم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**F. Kata Sandang Alif + Lam**

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf

Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوالفروض	ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أهلالسنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

IAIN PURWOKERTO

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, penulis panjatkan hanya kepada Allah atas segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul *Analisis Positioning Mapping Rocket Chicken Pada Rumah Makan Cepat Saji Di Purwokerto (Study Kasus Rocket Chicken Jalan Jatisari Bancarkembar)*.

Lantunan sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi sang pembawa rahmat bagi seluruh alam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyaamah kelak.

Dengan terselesaikannya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. H. Munjin, M.Pd.I, Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M.Pd.I., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. H. Supriyanto, Lc., M.Si., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
7. Ahmad Dahlan, M.S.I., Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

8. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si., Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih saya ungkapkan dalam doa atas segala masukan dalam diskusi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat lingkungan dari Allah SAW. Aamiin.
9. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
10. Bapak Muhammad Ma'ruf dan Ibu Eti Dwi Untari, Orang tua penulis tercinta yang senantiasa mencurahkan cinta dan kasih sayang, doa juga pengorbanan yang tiada henti-hentinya untuk penulis.
11. Keluarga besar Mbah Karso Harjo Sukarto Alm dan Mbah Ratem yang senantiasa memberikan cinta, doa dan semangat.
12. My boyfriend Teguh Adina Purba Amd, terimakasih atas segala pengorbanannya dan suportnya dalam segala hal hingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
13. Sahabatku Anisa Nur Rahmah S.E, yang telah banyak membantu serta selalu sabar mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan studi penulis.
14. Senioraku Azmi Nur Rahmah juga teman seperjuangan, teman menunggu dosen, teman mengerjakan revisi yang juga sedang berusaha mendapatkan gelar S.E
15. Teman-teman seperjuangan ES-D Angkatan 2014 yang selalu memberikan doa, cinta, keceriaan dan motivasi, kalian semua Istimewa.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua partisipasi serta sumbangan pikir yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu juga penulis terbuka

dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhirnya, marilah senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-Nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya. Aamiin.

Purwokerto, 31 Desember 2018

Penulis,



Sity Kheryati Ma'rifah  
NIM.1423203166



IAIN PURWOKERTO



## Daftar isi

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR SINGKATAN .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
<b>BAB 1     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat .....	6
D. . Tujuan .....	6
E. E. Manfaat Penelitian .....	6
F. F. Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB 2: LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori	
1. Konsep Pemasaran .....	8
2. Perilaku Konsumen .....	9
3. Pengembangan Strategi Pemasaran .....	16
4. Segmentasi Pasar .....	19
5. Sasaran .....	20

6. Positioning .....	21
7. Penelitian Terdahulu .....	24
8. Landasan Teologis .....	29
7. Kerangka Konseptual .....	30

### **BAB 3: METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
C. Variabel dan Indikator Penelitian.....	33
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Sumber Data .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Pengukuran Data .....	36
H. Analisis Data .....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas .....	38
3. Analisis <i>Multi Dimensional Scaling</i> .....	39

### **BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Rocket Chicken	
1. Sejarah Rocket Chicken .....	44
2. Gambaran umum tentang rumah makan cepat saji Quick Chicken, Yogya Chicken, Dirty Chicken dan SolChic .....	45
B. Analisis Data dan Penelitian Responden .....	47
C. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	49
D. Analisis <i>Multidimensional Scalling</i> .....	51
1. Evaluasi Keandalan dan Kesahihan MDS .....	51
2. Nilai <i>RSQ</i> Atribut .....	50
3. Penentuan Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji .....	52

a. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Harga .....	53
b. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Rasa.....	55
c. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Desain .....	57
d. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Kualitas .....	59
e. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Lokasi .....	61
4. Posisi Daya Saing Rumah Makan Cepat Saji di Purwokerto .....	63

**BAB 5: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	70

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	<i>Sales Control Rocket Chicken</i> Bancarkembar, 3
Tabel 2	Penelitian Terdahulu, 26
Tabel 3	Variabel Dan Indikator, 33
Tabel 4	Ilustrasi Konsep Dasar <i>Multidimensional Scalling</i> , 40
Tabel 5	Pedoman Kriteria Nilai <i>Stress</i> , 43
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 47
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 48
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 48
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan, 49
Tabel 10	Uji Validitas, 50
Tabel 11	Uji Reabilitas, 50
Tabel 12	Nilai <i>Strees</i> Atribut Rumah Makan Cepat Saji, 52
Tabel 13	Nilai <i>RSQ</i> Atribut Rumah Makan Cepat Saji, 52
Tabel 14	Koordinat Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Harga, 53
Tabel 15	Koordinat Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Rasa,56
Tabel 16	Koordinat Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Desain, 58
Tabel 17	Koordinat Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Kualitas, 60
Tabel 18	Koordinat Rumah Makan Cepat Saji Berdasarkan Atribut Lokasi, 62
Tabel 19	Rekapitulasi Peta Positioning Rumah Makan Cepat Saji Rocket Chicken, Quick Chicken, Yogya Chicken, Dirty Chicken dan SolChicken di Purwokerto, 64

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Proses Pemasaran, 17
- Gambar 2 Dua Pendekatan Utama Pada Segmentasi, 20
- Gambar 3 Alur Pikiran Peneliti, 31
- Gambar 4 Prosedur Analisis *Multidimensional Scalling*, 41
- Gambar 5 Input Data Analisis, 42
- Gambar 6 Peta *Positioning* 2 Dimensi Atribut Harga, 54
- Gambar 7 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Harga, 55
- Gambar 8 Peta *Positioning* 2 Dimensi Atribut Rasa, 56
- Gambar 9 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Rasa, 57
- Gambar 10 Peta *Positioning* 2 Dimensi Atribut Desain, 58
- Gambar 11 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Desain, 59
- Gambar 12 Peta *Positioning* 2 Dimensi Atribut Kualitas, 61
- Gambar 13 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Kualitas, 62
- Gambar 14 Peta *Positioning* 2 Dimensi Atribut Lokasi, 63
- Gambar 15 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Lokasi, 64



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR SINGKATAN

MDS : *Multidimensional Scalling*

RSQ : *Researched Superior Quality*

INDSCAL : *Individual Differences Weighted Euclidean Distance Model*



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Input Hasil Kuesioner Atribut Harga
- Lampiran 3 : Data Input Hasil Kuesioner Atribut Rasa
- Lampiran 4 : Data Input Hasil Kuesioner Atribut Desain
- Lampiran 5 : Data Input Hasil Kuesioner Atribut Kualitas
- Lampiran 6 : Data Input Hasil Kuesioner Atribut Lokasi
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Harga
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Rasa
- Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Desain
- Lampiran 10 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kualitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Lokasi
- Lampiran 12 : Tabel Nilai Kritis R Pearson
- Lampiran 13 : Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 14 : Surat Mengikuti Seminar Proposal
- Lampiran 15 : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 16 : Rekomendasi Seminar Proposal
- Lampiran 17 : Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 18 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 19 : Surat Keterangan Ujian Komprehensif
- Lampiran 20 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 21 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 22 : Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 23 : Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 24 : Sertifikat PPL
- Lampiran 25 : Sertifikat KKN
- Lampiran 26 : Daftar Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis akan menjadi sangat ketat. Salah satu bisnis yang terus berkembang di Indonesia adalah bisnis makanan. Hal ini disebabkan karena semua orang membutuhkan makanan sehingga secara otomatis bisnis *Restoran* selalu dicari orang. Seiring dengan perubahan Zaman, kecenderungan orang untuk makan diluar rumah semakin meningkat dengan berbagai alasan praktis, ekonomis maupun *prestige*.<sup>1</sup> Makanan merupakan salah satu kebutuhan *primer* manusia yang harus terpenuhi. Hal itu menyebabkan industri makanan selalu mengalami peningkatan yang signifikan tiap tahunnya. Bisa dilihat dengan semakin banyaknya bermunculan tempat makan atau *Restoran* yang menawarkan produknya kepada pasar. Bahkan diantaranya banyak perusahaan restoran yang sebenarnya menawarkan produk yang sejenis.

Menurut A. Ries and J. Trout, *Positioning* adalah suatu strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak konsumen, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau produk pesaing. Penelitian tentang analisis peta *Positioning* sejauh ini telah dikembangkan menggunakan beberapa teknik dalam analisis multivariat salah satunya adalah dalam penelitian ini yakni dengan metode *Multidimensional scaling*.<sup>2</sup> *Multidimensional scaling* adalah salah satu prosedur yang digunakan untuk memetakan persepsi (*perceptual mapping*) dan preferensi para responden secara visual dalam peta. MDS dalam konteks pemasaran, pada umumnya memang dipakai untuk memetakan

---

<sup>1</sup> Ferry Kondo Lembang, Angelia C. Leunupun dan Mozart W. Talakua, Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling (Study Kasus: Restoran Ambon City Center Passo), Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan | Maret 2016| Volume 10 Nomor 1, Halaman: 47.

<sup>2</sup> Ferry Kondo Lembang, Angelia C. Leunupun dan Mozart W. Talakua, Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Prefrensi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode 2.

persepsi.<sup>3</sup> *Positioning* merupakan upaya perusahaan untuk menciptakan citra (*image*) yang benar tentang produk dan merek dagang perusahaan di benak konsumen. *Positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (di antara para pesaing) di dalam benak pelanggan sasaran.<sup>4</sup>

Purwokerto adalah salah satu kota di Kabupaten Banyumas, kota yang berlokasi di provinsi Jawa Tengah ini selain memiliki tempat wisata alam hingga budaya yang sangat indah, Purwokerto juga memiliki wisata kuliner yang menggoda lidah. Kota yang kerap dijuluki Kota Satria ini menjadi salah satu *trand center* kuliner, dari yang terkenal makanan khas Banyumasnya hingga yang modern seperti rumah makan cepat saji.<sup>5</sup>

*Rocket Chicken* adalah salah satu perusahaan rumah makan cepat saji, waralaba yang bergerak dibidang jasa yang akhir-akhir ini sangat berkembang yang sudah membuka cabang-cabang gerai di Purwokerto. Beralamatkan di Jalan Jatisari Bancarkembar tepatnya di Jalan Jatisari. Usaha ini menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, dilihat dari harga, yang mereka berikan tergolong relatif terjangkau. Selain itu, *Rocket Chicken* Bancarkembar juga memberikan promosi, mulai dari harga paket, mengadakan *event* (lomba mewarnai, *cooking class*), kemudian penataan ruangan yang bagus, serta lokasi yang nyaman dan menarik bagi konsumennya. Dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Sharfina Ghaisani, Analisis Preferensi Pengunjung Dan Positioning Pusat Perbelanjaan Modern Di Kota Depok (Study Kasus: Margo City, Depok Town Square, D'Mall dan ITC Depok), Tahun 2016, Skripsi tidak dipublikasikan, Halaman: 5.

<sup>4</sup> Sharfina Ghaisani, Analisis Preferensi Pengunjung Dan Positioning Pusat Perbelanjaan Modern Di Kota Depok (Studi Kasus: Margo City, Depok Town Square, D'mall Dan ITC Depok), 2016. Skripsi tidak dipublikasikan, Halaman: 18.

<sup>5</sup> Diakses dari Profil kabupaten banyumas  
<http://ujidesain3.banyumaskab.go.id/news/18765/profil-kabupaten-banyumas-selasa-27-11-2018>  
pukul: 01.30.

<sup>6</sup> Wawancara selaku supervisor Ibu Ayu, pada tanggal 15 Juni 2018 pukul: 13.00

Berbagai inovasi dan kreatifitas perlu dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dan perkembangan dunia bisnis. Penciptaan citra merek merupakan salah satu cara dalam menarik pangsa pasar. Konsumen yang akrab dengan merek, puas dengan kinerja produk akan terus melakukan pembelian pada merek yang dianggap sebagai pilihan yang aman.<sup>7</sup>

Tabel. 1 *Sales control Rocket Chicken Bancarkembar*

<b>Indikator</b>	<b>Sales</b>	<b>Target</b>
Januari	Rp. 126.800.000	Rp. 152.550.000
Februari	Rp. 133.900.000	Rp. 133.928.750
Maret	Rp. 195.610.500	Rp. 190.000.000
April	Rp. 195.898.600	Rp. 222.333.334
Mei	Rp. 216.892.500	Rp. 290.000.000
Juni	Rp. 226.927.500	Rp. 250.000.000

Tabel. 1 *sales control*

Dari tabel diatas dapat dilihat dari enam bulan terakhir hasil penjualan *Rocket Chicken* selalu mengalami angka peningkatan dan penurunan yang signifikan pada awal bulan Januari *Rocket Chicken* mencapai angka target dari penjualan dari Rp. 126.000.000 target yang ingin dicapai sebanyak Rp. 152.550.000 . Selanjutnya pada bulan Februari, *Rocket Chicken* meningkatkan penjualannya sebesar Rp. 133.900.000 dari bulan sebelumnya yaitu Rp. 126.800.000, namun target di bulan Februari ini ternyata target menurun menjadi Rp. 133.928.750 dari bulan Januari sebesar Rp. 152.550.000. kemudian pada bulan maret, penjualan meningkat lagi dari bulan februari sebesar Rp. 133.900.000 menjadi Rp. 195.610.500 target bulan maret ikut meningkat dari bulan Februari Rp. 133.925.750 menjadi Rp. 190.000.000. lalu pada bulan April, penjualan meningkat dari bulan Maret Rp. 195.610.500 menjadi Rp. 195.898.600 target penjualan meningkat dari bulan maret Rp. 190.000.000 menjadi Rp. 222.333.334. pada bulan Mei, penjualan meningkat

<sup>7</sup> Ni Putu Novia Karlina dan Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar", E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, 2015: 1610-1623, Halaman: 1611.

dari bulan April Rp. 195.898.600 menjadi Rp. 216.892.500 menjadi Rp. 226.927.500 dengan target menurun dari bulan Mei sebesar Rp. 290.000.000.<sup>8</sup>

Namun, selain *Rocket Chicken* ada beberapa pesaing rumah makan cepat saji yang sejenis serta memiliki jarak yang sangat berdekatan dengan *Rocket Chicken* antara lain, *Yogya Chicken*, *Quick Chicken*, *Dirty Chicken* dan *SolChic*. Dengan konsep yang sama menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan.

*Yogya Chicken* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner, khususnya ayam goreng tepung dari Yogyakarta yang beralamat di Jalan Riyanto, Karangemiri, Sumampir Purwokerto Utara. *Yogya Chicken* menggunakan sistem waralaba dalam mengembangkan usahanya. Pesaing selanjutnya yaitu *Quick Chicken*, adalah *brand fried chicken* lokal rumah makan cepat saji yang dikenal sangat murah, menyediakan makanan bergizi dan memiliki cita rasa tinggi untuk dapat dinikmati oleh masyarakat. *Quick Chicken* beralamat di Sumampir Wetan, Purwokerto Utara *Quick Chicken* juga merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner menggunakan sistem waralaba dengan menu utama ayam goreng tepung. Sedangkan *Dirty Chicken* yang beralamat di Jl. Prof. Dr. Suharso No.98, Arcawinangun, Purwokerto Timur dan *SolChic* yang beralamat di Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.503, Pakembaran, Bancarkembar, Purwokerto Utara juga merupakan pesaing sejenis *Rocket Chicken* yang baru baru ini ada di Purwokerto.

*Rocket Chicken* Bancarkembar memiliki peluang dan tantangan yang sama dengan *Yogya Chicken*, *Quick Chicken*, *Dirty Chicken* dan *SolChic*. Konsumen akan membandingkan harga, lokasi, kenyamanan ruangan, serta fasilitas tambahan lainnya yang diberikan oleh rumah makan cepat saji tersebut dengan apa yang diharapkan oleh mereka. Jika konsumen merasa puas, tentu akan kembali makan atau menggunakan jasa tersebut dan menjadi

---

<sup>8</sup> Wawancara selaku supervisor Ibu Ayu, pada tanggal 15 Juni 2018 pukul: 13.00

pelanggan yang setia, serta akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain.

Dalam dunia usaha keputusan tentang pembelian produk menjadi isu yang menarik. Rumah makan cepat saji adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang basis utamanya yaitu penjualan makanan dan minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil. Secara umum faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis rumah makan cepat saji adalah kualitas cita rasa *taste* yang sesuai selera masyarakat, pemilihan lokasi yang tepat, disertai pelayanannya.<sup>9</sup>

Adapun alasan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya. Sedangkan Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Disamping itu, lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi seperti *flexibility*, *competitive*, *positioning*, dan *focus*. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Positioning Mapping Rocket Chicken Pada Rumah Makan Cepat Saji Di Purwokerto (Study Kasus: Rocket Chicken Jalan Jatisari Bancarkembar)”**.

---

<sup>9</sup> Ferry Kondo Lembang, Angelia C. Leunupun dan Mozart W. Talakua, Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling (Study Kasus: Restoran Ambon City Center Passo), Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan | Maret 2016| Volume 10 Nomor 1, Halaman:

<sup>10</sup> Christian A.D Selang, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Fresh Mart* Bahu Mall Manado, Jurnal: EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013 ISSN 2303-1174, Halaman: 73.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis ingin mengetahui : Bagaimana *Positioning* Rumah Makan Cepat Saji *Rocket Chicken* berdasarkan persepsi konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah: Menganalisis dan mengetahui *positioning mapping Rocket Chicken* berdasarkan persepsi konsumen.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

### 1. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baru terhadap ilmu pengetahuan, khususnya terkait dengan pemasaran.

### 2. Aspek praktis

Memberikan masukan terhadap perusahaan penelitian, sehingga memahami tentang persepsi *positioning* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam memperbaiki kurang-kekurangan yang ada diperusahaan agar semain baik kinerjanya.

### 3. Aspek akademik

Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan tentang persepsi *positioning*.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini akan disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas ruang lingkup penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan alat analisis yang direncanakan akan dipakai dalam penelitian ini.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang pelaksanaan penelitian, deskripsi data, hasil pengujian kualitas data, dan analisis data.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini adalah rangkaian terakhir penulisan yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan dari penelitian, serta saran bagi penelitian selanjutnya.

**IAIN PURWOKERTO**



## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Peta *positioning* rumah makan cepat saji berdasarkan persepsi konsumen di Purwokerto diketahui mempunyai posisi yang berbeda-beda. Perbedaan persepsi terlihat jelas dari hasil uji kesamaan sikap dan konsistensi responden dalam menilai kemiripan rumah makan cepat saji yang menunjukkan bahwa tidak terdapat kesamaan sikap dari para responden dalam menilai kemiripan rumah makan cepat saji berdasarkan atribut :

##### 1. Harga :

- a. Bahwa rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirthy Chicken* letaknya berdekatan dan berada pada satu kuadran yang sama. Letak yang berdekatan ini berarti bahwa menurut persepsi konsumen terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirthy* dalam hal harga yang murah dan responden beranggapan bahwa *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken* memiliki Desain, tata letak nyaman, dan lokasi yang strategis dan luas.
- b. Sedangkan rumah makan cepat saji *Quick Chicken* dan *Rocket Chiken* juga letaknya berdekatan dan berada pada satu kuadran yang sama, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Quick Chicken* dan *Rocket Chiken* dalam hal harga yang murah dan responden beranggapan bahwa *Quick Chicken* dan *Rocket Chicken* memiliki cita rasa yang khas dan kualitas produk yang sangat baik.
- c. Untuk rumah makan cepat saji *SolChic* letaknya saling berjauhan dengan yang lain dan terletak pada kuadran yang berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa rumah

makan cepat saji tersebut tidak memiliki kemiripan dalam hal harga antara satu dengan yang lain.

2. Rasa :

- a. Bahwa rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirthy Chicken* letaknya berdekatan dan berada pada kuadran yang sama. Letak yang berdekatan ini berarti bahwa menurut persepsi konsumen terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirthy Chicken* dalam hal Rasa yang khas.
- b. Sedangkan untuk rumah makan cepat saji, *Quick Chicken*, *Rocket Chicken* dan *SolChic* letaknya saling berjauhan dan terletak pada kuadran yang berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa rumah makan cepat saji tersebut tidak memiliki kemiripan dalam hal rasa antara satu dengan yang lain.

3. Desain :

- a. Bahwa rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *SolChic* letaknya berdekatan dan berada pada kuadran yang sama. Letak yang berdekatan ini berarti bahwa menurut persepsi konsumen terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *SolChic* dalam hal desain.
- b. Sedangkan untuk rumah makan cepat saji, *Quick Chicken*, *Rocket Chicken* dan *Dirty Chicken* letaknya saling berjauhan dan terletak pada kuadran yang berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa rumah makan cepat saji tersebut tidak memiliki kemiripan dalam hal desain antara satu dengan yang lain.

4. Kualitas :

- a. Bahwa rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken* letaknya berdekatan dan berada pada kuadran yang sama. Letak yang berdekatan ini berarti bahwa menurut persepsi konsumen terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirthy Chicken* dalam hal kualitas.

- b. Sedangkan untuk rumah makan cepat saji, *Quick Chicken*, *Rocket Chicken* dan *SolChic* letaknya saling berjauhan dan terletak pada kuadran yang berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa rumah makan cepat saji tersebut tidak memiliki kemiripan dalam hal kualitas antara satu dengan yang lain.

5. Lokasi :

- a. Bahwa rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken* letaknya berdekatan dan berada pada kuadran yang sama. Letak yang berdekatan ini berarti bahwa menurut persepsi konsumen terdapat kemiripan antara rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken* dalam hal Lokasi.
- b. Sedangkan untuk rumah makan cepat saji, *Quick Chicken*, *Rocket Chicken* dan *SolChic* letaknya saling berjauhan dan terletak pada kuadran yang berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa rumah makan cepat saji tersebut tidak memiliki kemiripan dalam hal kualitas antara satu dengan yang lain.

Posisi persaingan rumah makan cepat saji di kota Purwokerto terbagi dalam beberapa posisi sebagai berikut :

1. Posisi persaingan 1 yang merupakan posisi persaingan terkuat dan merupakan suatu persaingan langsung dimiliki oleh rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *Dirty Chicken*. Persaingan tersebut terutama terletak pada harga, rasa, kualitas dan lokasi.
2. Posisi persaingan 2 dimiliki oleh rumah makan cepat saji *Yogya Chicken* dan *SolChic*. Kedua rumah makan cepat saji tersebut memiliki persaingan terutama pada desain tempat.

**B. Saran**

Untuk meningkatkan dan lebih menarik masyarakat sebagai konsumen rumah makan cepat saji maka pihak perusahaan perlu mencari dan mengetahui lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih rumah makan cepat saji selain faktor-faktor yang sudah ada, namun setidaknya untuk menjaga posisi masing-masing rumah makan cepat saji dan tetap dapat berkompetisi maka langkah yang perlu diambil adalah dengan mempertahankan keunggulan bersaing yang dimiliki serta memperhatikan kelemahan pesaing.



## DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Yesi. "Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Pizza Hut* Di Kota Padang".
- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Reaserch for Beginner Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada: Depok.
- Bambang & Tri, 2015. *Kewirausahaan- Technopreneurship untuk Mahasiswa ilmu-Ilmu Eksakta*. Cv. Andi *Offset*: Yogyakarta.
- Daryanto & Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. GAVA MEDIA: Yogyakarta.
- Ginanjari, 2008. *Aplikasi Multidimensional Scaling (MDS) Untuk Peningkatan Pelayanan Proses Belajar Mengajar (PBM )*. Staf Pengajar Jurusan Statistika FMIPA UNPAD, Bandung.
- Hadi, Sutisno. 1991. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hasan, Ahmad. 2008. *Marketing*. Jakarta : PT. Media Presindo.
- Hermawan, Tomi Pujo. 2010. *Analisis Positioning Warnet Di Kota Jember Berdasarkan Persepsi Konsumen*, jurnal skripsi tidak dipublikasikan.
- Isna, Alizar dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia: Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Kencana: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi 12*. Indeks: Jakarta.
- Kuncoro. 2007. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Masri dan Effendi, 1989. *Metode Penelitian Survai*, Jakarta: LP3ES.

- Novia dan Seminari, 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk pt. karya pak oles tokcer denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 6, 1610-1623 ISSN: 2302-8912.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Rahmadian, Bayu. 2010. "Analisis Positioning Restoran Wendy's Dalam Pasar Restoran Fast Food Di Kota Bandung (Studi Kasus di Wendy's Cabang Braga Citiwalk, Bandung)". Skripsi tidak dipublikasikan.
- Riyono & Gigih. Juni 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati". *JURNAL STIE SEMARANG*, VOL 8, NO 2, (ISSN : 2252-826).
- Sagita. "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (Kfc) Di Cabang Basko Grand Mall". Universitas Negeri Padang.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset.
- Santoso, Imam. 2016. Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. 15(1). 94-109 Available online at <http://journal.sbm.itb.ac.id>.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta).
- \_\_\_\_\_, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta).
- Suliyanto, 2009. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Panduan Praktikum Analisis Statistik*. Program Pasca Sarjana Magister Sains Ekonomi Manajemen Universitas Jendral Soedirman Purwokerto.
- Supangat, Aditya Hangga. 2017 . "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6, Nomor 9. ISSN : 2461-0593.
- Tika, Moh Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Cv. Andi Offset: Yogyakarta.

Umi, Narimawati. 2008. *Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Warto, Alizar Isna. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press, 2013.

Wijaya, Tony. 2009. *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan 2014. *SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.

Yunianto, Dody Ridwan. Naskah Publikasi: *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Spesial Sambal Gonilan*.

<http://rocketchickenindonesia.com/>

<http://www.quickchickenid.com/outle>

<http://yogyachicken-yogyachicken.blogspot.com/>

<http://dirtychicken.com/>

<http://solchic.com/>

<http://ujidesain3.banyumaskab.go.id/news/18765/profil-kabupaten-banyumas>

<https://almanhaj.or.id/2631-kaidah-halal-haram-dalam-jual-beli.html>



IAIN PURWOKERTO