

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Bagi Penulis	11
1.4.2 Bagi pemilik	12
1.4.3 Bagi Konsumen.....	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.2 Definisi <i>Frozen Food</i>	15
2.3 Definisi <i>Online Food Delivery (OFD)</i>.....	17
2.3.1 <i>GoFood</i>	18
2.3.2 <i>GrabFood</i>	19
2.4 Omset Penjualan	21
2.5 Definisi Strategi Pemasaran	22
2.5.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
2.5.1.1 Produk (<i>Product</i>).....	23

2.5.1.2 Harga (<i>Price</i>).....	23
2.5.1.3 Tempat (<i>Place</i>).....	23
2.5.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	24
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Desain Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Obyek Penelitian	30
3.4 Jenis Data.....	30
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Perintis <i>Frozen Food</i>	35
4.1.1 Logo Perintis <i>Frozen Food</i>	36
4.1.2 Visi Perintis <i>Frozen Food</i>	37
4.1.3 Misi Perintis <i>Frozen Food</i>	37
4.2 Analisis Lingkungan	37
4.2.1 Aspek Produk.....	37
4.2.2 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	44
4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia.....	51
4.2.4 Aspek Operasional	53
4.2.5 Aspek Legalitas.....	56
4.2.6 Aspek Keuangan	57
4.3 Analisis Kelayakan Keuangan	68
4.3.1 Biaya Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan <i>Online</i>	69
4.3.2 Evaluasi Kembali Strategi Operasional dan Pemasaran	75
4.3.3 Pemangkasan Biaya dan Peningkatan Pendapatan	76
4.4 Pembahasan.....	76
4.4.1 Analisis Pengaruh Aplikasi <i>GoFood</i> Terhadap Penjualan Perintis <i>Frozen Food</i>	76

4.4.2 Analisis pengaruh aplikasi <i>GrabFood</i> terhadap penjualan Perintis <i>Frozen Food</i>	79
4.4.3 Analisis pengaruh aplikasi <i>GoFood</i> dalam menciptakan pelanggan baru pada Perintis <i>Frozen Food</i>	81
4.4.4 Analisis pengaruh aplikasi <i>GrabFood</i> dalam menciptakan pelanggan baru pada Perintis <i>Frozen Food</i>	84
4.4.5 Analisis dampak positif <i>GoFood</i> dan <i>GrabFood</i> terhadap perkembangan Perintis <i>Frozen Food</i>	85
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSAKA	94
LAMPIRAN	97