

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN		
LEMBAR PERNYATAAN		
LEMBAR PERSEMBAHAN		
ABSTRAK		
KATA PENGANTAR		
UCAPAN TERIMA KASIH		
DAFTAR ISI	i	
DAFTAR TABEL	iv	
DAFTAR GAMBAR	vi	
BAB I PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang Masalah	1	
1.2 Rumusan Masalah	6	
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6	
1.3.1 Tujuan Penelitian	6	
1.3.2 Manfaat Penelitian	7	
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS		
2.1	Konsep Pemasaran	8
2.1.1	Definisi Pemasaran	8
2.1.2	Bauran Pemasaran	9
2.2	Definisi Promosi dan Fungsi promosi	12
2.2.1	Definisi Promosi	12
2.2.2	Fungsi Promosi	14
2.2.3	Definisi Bauran Promosi	14
2.2.4	Advertising (Periklanan)	15
2.2.5	Sales Promotion(Promosi Penjualan)	17
2.2.6	Personal Selling (Penjualan Pribadi)	19
2.2.7	Publicity (Publisitas)	21
2.2.8	Anggaran Promosi	22

2.3	Peranan Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Keputusan Pembelian	22
2.4	Konsep Harga	25
2.4.1	Penertian Harga , Tujuan & Metode Pendekatan Penetapan Harga	25
2.4.1.1	Penertian Harga (<i>Price</i>)	25
2.4.1.2	Tujuan Penetapan Harga	26
2.4.1.3	Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga	29
2.4.2	Potongan Harga	31
2.4.3	Strategi Penetapan Harga	32
2.4.4	Kesesuaian Harga	33
2.4.5		
2.5	Konsep Keputusan Pembelian	35
2.5.1	Penertian Keputusan Pembelian	34
2.5.2	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	36
2.5.2.1	Faktor Budaya	36
2.5.2.2	Faktor Sosial	37
2.5.2.3	Faktor Pribadi	39
2.5.2.4	Faktor Psikologis	41
2.6	Keyakinan dan Sikap	42
2.6.1	Proses Keputusan Pembelian	44
2.6.2	Hubungan Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	
2.7	Hasil Penelitian Terdahulu	47

2.8	angka Pemikiran	Ker	48
2.9	otesis	Hip	50

BAB III OBJEK, SUBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian		52
3.2	Subjek Penelitian		52
3.3	Metode Penelitian		52
3.3.1	Populasi dan Sampel	Pop	54
3.3.1.1	Populasi	Pop	54
3.3.1.2	Sampel	Sa	54
3.3.2	Operasionalisasi Variabel	Ope	56
3.3.3	Sumber Data dan Teknik Pengolahan Data	Su	58
3.3.3.1	Teknik Pengumpulan Data		59
3.3.3.2	Teknik Analisis Data		59
3.3.4	Menentukan Persamaan Regresi Linier Ganda		62
3.3.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas		63
3.3.5.1	Uji Validitas (Tes Of Validity)		64
3.3.5.2	Uji Reliabilitas (Tes Of Reliability)		65
3.4.1	Pengujian Hipotesis	Pen	66
3.4.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial(Uji t)	Pen	67
3.4.3	Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)		68
3.4.4	Menguji Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)	Me	69
3.4.5			

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Has	70
il Penelitian		70
4.1.1	Prof	70
il Hotel Sheraton Bandung		70
4.1.2	Fasi	71
litas Hotel Sheraton Bandung		71
4.2	Des	72
kripsi Subjek Penelitian		72
4.2.1	Kar	72
akteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		72
4.2.2	Kar	73
akteristik Responden Berdasarkan Usia		73
4.2.3	Kar	75
akteristik Responden Berdasarkan Pendidikan		75
4.2.4	Kar	76
akteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan		76
4.2.5	Kar	77
akteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan		77
4.2.6	Kar	78
akteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal		78
4.2.7	Pen	80
galaman Responden		80
4.2.7.1	Pen	80
galaman Responden Berdasarkan alasan Membeli Makanan Ke Feast Restoran		80
4.2.7.2	Pen	81
galaman Responden Berdasarkan bersama Siapa Berkunjung ke Feast Restoran		81
4.2.7.3	Ga	83
mbaran umum responden berdasarkan Jumlah Pembelian untuk makan di Feast Restoran		83
4.2.7.4	Pen	84
galaman Reponden Berdasarkan Frekuensi melakukan pembelian di Feast Restoran		84
4.3	Des	86
kripsi Variabel Penelitian		86
4.3.1	Des	86
kripsi Variabel Promosi Feast Restoran		86
4.3.2	Des	94
kripsi Variabel Harga Feast Restoran		94
4.3.3	Des	100
kripsi Variabel Keputusan Pembelian		100

4.4	Uji	
Instrumen Penelitian	102	
4.4.1	Uji	
Validitas	102	
4.4.2	Uji	
Reliabilitas	103	
4.5	Ana	
alisis Data dan Pengujian Hipotesis	104	
4.5.1	Pen	
gujian Hipotesis	104	
4.5.2	Reg	
resi Linier Berganda (Multiple)	105	
4.5.3	Pen	
gujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	106	
4.5.4	Pen	
gujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	107	
4.6	Pe	
mbahasan Hasil Penelitian	109	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kes	
impulan	111	
5.2	Sar	
an	112	

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli Restoran (Feast Restoran Hotel Sheraton) 2009-2010	4
Tabel 2.6 Kerangka pemikiran.....	
Tabel 2.7 Hasil Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	69
Tabel 3.3 Interpretasi Alternatif Jawaban.....	65

Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	78
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	79
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan berkunjung Ke Feast Restoran	80
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung Di Feast Restoran	82
Tabel 4.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah pembelian Di Feast Restoran	83
Tabel 4.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi melakukan pembelian di Feast restoran.....	85
Tabel 4.11 Jawaban Responden Mengenai Promosi di Feast Restoran	86
Tabel 4.18 Jawaban Responden Mengenai Harga di Feast Restoran	95
Tabel 4.21 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian di Feast Restoran	96
Tabel 4.22 Uji Validitas Promosi	102
Tabel 4.23 Uji Validitas Harga	102
Tabel 4.25 Uji Validitas Keputusan Pembelian	103
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi Variabel X terhadap Y	104
Tabel 4.28 Hasil Uji F Anova	105
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah pembeli Restoran 4

Gambar 2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen36

Gambar 2.2 Model Keputusan Pembelian 43

Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian 45

Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin 73

Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia 74

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 76

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	78
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	79
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan berkunjung.....	80
Gambar 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan bersama siapa berkunjung ke Feast Restoran	82
Gambar 4.9 Pengalaman Responden Mengenai Jumlah Pembelian di Feast Restoran	84
Gambar 4.10 Pengalaman Responden Mengenai Frekuensi Melakukan Pembelian Di Feast Restoran	85

