

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka	
2.1.1 Definisi Restoran.....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.3 Konsep Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1 Dimensi Kualitas.....	15
2.1.3.2 Pengertian	18
2.1.3.3 Konsep Produk.....	20
2.1.3.4 Layanan Pelengkap Pada Suatu Produk.....	22
2.1.3.5 Kualitas Produk.....	24
2.1.4 Pengertian Harga.....	24
2.1.4.1 Konsep dan Peranan Harga.....	25
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	27
2.1.4.3 Metode Penetapan Harga Berbasis	30

Permintaan.....	
2.1.4.4 Mempertahankan Harga.....	31
2.1.5 Promosi	
2.1.5.1 Komunikasi Pemasaran.....	31
2.1.5.2 Pengertian promosi.....	33
2.1.5.3 Tujuan Promosi.....	34
2.1.5.4 Bauran Promosi.....	36
2.1.5.5 Variabel – variabel Promosi.....	37
2.1.5.6 Tahap – tahap pelaksanaan Promosi.....	38
2.1.5.7 Strategi Promosi.....	40
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	41
2.1.6.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	42
2.1.6.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	43
2.1.6.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	45
2.1.6.4 Tahap – tahap Proses Keputusan Pembelian.....	45
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.3 Hipotesis .....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	57
3.2 Metodologi Penelitian.....	57
3.3 Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel.....	60
3.4 Operasional Variabel.....	63

3.5	Tehnik Pengumpulan Data.....	65
3.6	Teahnik Pengolahan Data.....	67
3.7	Tehnik Analisi Data.....	68
3.7.1	Uji Instrumen (Kuesioner).....	70
3.7.2	Uji Validitas.....	70
3.7.3	Uji Realibilitas.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian.....	74
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.3	Gambaran Umum Responden.....	76
A.	Gambaran Variabel Kualitas Produk.....	83
B.	Gambaran Variabel Harga.....	97
C.	Gambaran Variabel Promosi.....	105
D.	Gambaran Variabel Keputusan Pembelian.....	113
4.4	Analisi Data dan Pengujian Hipotesis .....	121
4.4.1	Uji Validitas.....	121
4.4.2	Uji Realibilitas.....	122
4.4.3	Uji Hipotesis.....	124
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	128
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran.....	131

## DAFTAR TABEL

### BAB I

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Restoran Selama 8 Bulan	3
Tabel 1.2 Tingkat Jumlah Pembeli Pada Restoran Mergosari Limbangan Garut	4

### BAB II

Tabel 2.1 Strategi Bauran Pemasaran	19
-------------------------------------	----

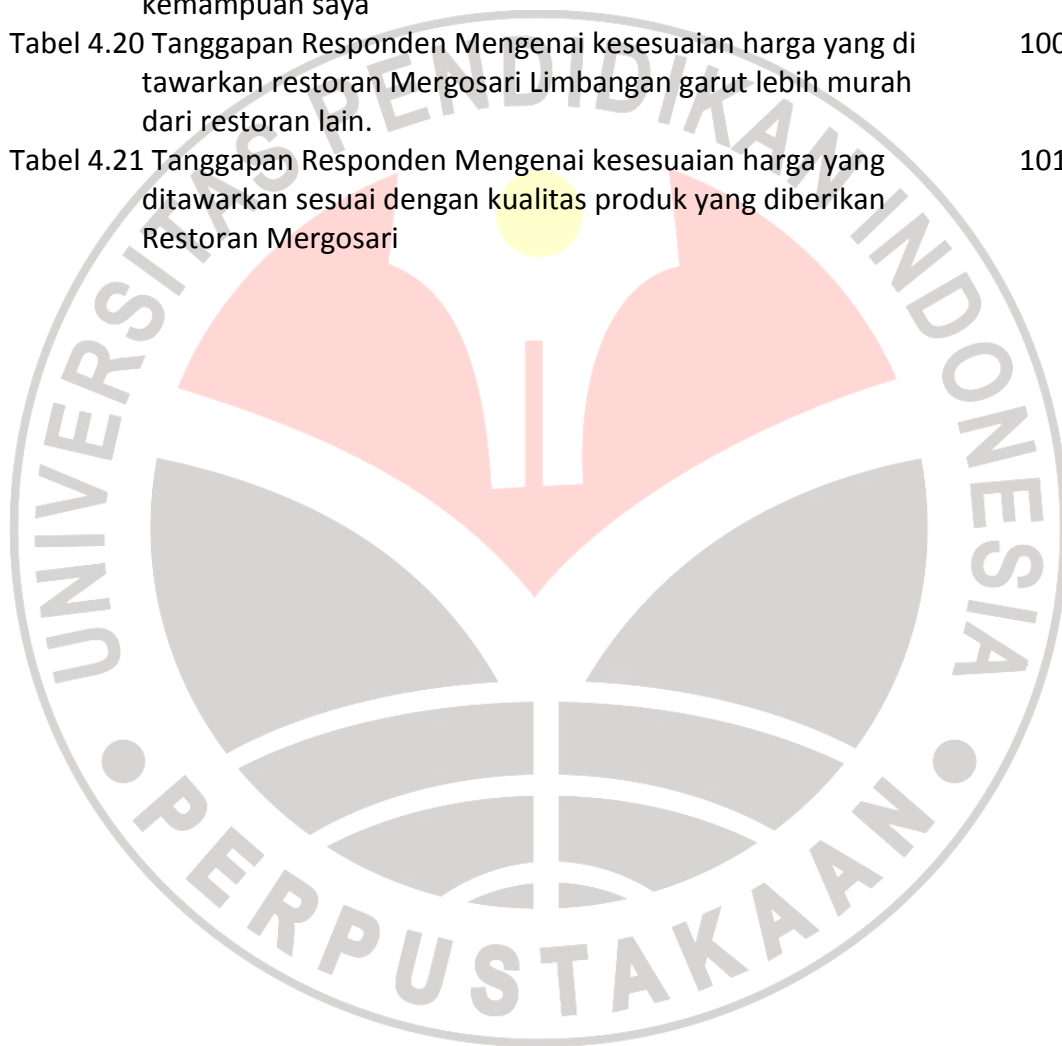
### BAB III

Tabel 3.1 Jumlah Pembelian Konsumen pada Restoran Mergosari Limbangan Garut Selama 8 Bulan	61
Tabel 3.2 Operasional Variabel	63

### BAB IV

Tabel 4.1 Daftar Menu dan Daftar Harga Pada Restoran Mergosari Limbangan Garut	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal	79
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	81
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Responden Melakukan Pembelian dan Kunjungan dalam Waktu 1 bulan	82
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan dan Tata tempat	86
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Fasilitas Umum Pada Restoran Mergosari Limbangan Garut	87
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Kebersihan dan Keramahan	88
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Jumlah Petugas yang Bersedia Melayani Konsumen Pada restoran Mergosari Limbangan Garut	89
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Kesiapan dan Kecepatan Pegawai pada Restoran Mergosari Limbangan Garut	90
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Penampilan Produk – produk Restoran mergosari Limbangan Garut	91
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Rasa dan Aroma dari Makanan yang Ditawarkan pada Restoran Mergosari Limbangan Garut	92
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian mutu atau Kualitas Produk yang di tawarkan pada Restoran Mergosari	93

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian kepercayaan Konsumen Terhadap Kualitas Produk	94
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	95
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian harga dengan jumlah porsi yang di tawarkan restoran Mergosari Limbangan Garut	98
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai kesesuaian harga yang ditawarkan oleh restoran Mergosari sesuai dengan kemampuan saya	99
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai kesesuaian harga yang di tawarkan restoran Mergosari Limbangan garut lebih murah dari restoran lain.	100
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai kesesuaian harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan Restoran Mergosari	101



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data statistik pengunjung pada Restoran Mergosari.....	5
Gambar 2.1 Model Proses Pembelian 5 Tahap.....	45
Gambar 2.2 Tipe – Tipe proses pengambilan keputusan konsumen.....	49
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis Kelamin.....	77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis usia.....	78
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan formal.....	79
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan.....	80
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan.....	81
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan melakukan pembelian dan kunjungan dalam waktu 1 bulan.....	82
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel kualitas produk.....	97
Gambar 4.8 Garis kontinum Variabel Harga.....	105
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Promosi.....	112
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel keputusan pembelian.....	121