

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	8
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Konsep dan Definisi Restoran .....	8
2.1.2 Macam-Macam Tipe Restoran .....	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	11
2.1.5 Harga .....	14
2.1.5.1 Pengertian Harga .....	14
2.1.5.2 Konsep dan Peranan Harga .....	14
2.1.5.3 Harga berdasarkan Pandangan Konsumen .....	17

2.1.6 Kualitas Produk .....	18
2.1.6.1 Pengertian Produk .....	18
2.1.6.2 Pengertian Kualitas Produk .....	19
2.1.6.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	21
2.1.6.4 Karakteristik Kualitas .....	22
2.1.6.5 Dimensi Kualitas Produk Barang .....	23
2.1.6.6 Strategi Kualitas Produk .....	24
2.1.7 Kepuasan Konsumen .....	25
2.1.7.1 Harapan Konsumen .....	30
2.1.7.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	32
2.1.7.3 Strategi Kepuasan Konsumen .....	37
2.1.8 Kajian Penelitian Terdahulu .....	44
2.2 Kerangka Pemikiran .....	47
2.3 Hipotesis .....	50
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1 Objek Penelitian .....	52
3.2 Metode Penelitian .....	53
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan .....	53
3.2.2 Operasional Variabel .....	54
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	57
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian .....	58
3.2.4.1 Populasi Penelitian .....	58
3.2.4.2 Sampel Penelitian .....	59
3.2.4.3 Teknik Sampling Penelitian .....	61
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas .....	63
3.2.6.1 Uji Validitas .....	63
3.2.6.2 Uji Realibilitas .....	65

3.2.7 Teknik Analisis Data .....	67
3.2.7.1 Method of Successive Interval (MSI) .....	67
3.2.7.2 Analisis Korelasi .....	68
3.2.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	69
3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis .....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	73
4.1.1 Profil Perusahaan .....	73
4.1.2 Struktur Organisasi Hotel Nalendra Bandung .....	74
4.1.3 Fasilitas Hotel Nalendra Bandung .....	75
4.1.3.1 Fasilitas Kamar .....	75
4.1.3.2 Fasilitas Bar dan Restoran .....	76
4.1.3.3 Fasilitas Function/Banquet untuk Pesta dan Rapat .....	77
4.1.3.4 Fasilitas Lainnya .....	77
4.1.4 Departemen Hotel Nalendra Bandung .....	78
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	80
4.2.1 Karakteristik Responden .....	80
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	80
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	83
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	84
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	86
4.2.2 Pengalaman Responden .....	88
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Dengan Siapa Responden Berkunjung Ke <i>Chrysanthemum Restaurant</i> .....	88
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Responden Berkunjung Ke <i>Chrysanthemum Restaurant</i> .....	89

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	91
4.3.1 Gambaran Variabel Harga .....	91
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Jumlah Porsi .....	91
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kemampuan Daya Beli .....	92
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Harga yang ditawarkan Lebih Murah dibandingkan dengan Restoran Lain .....	93
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga yang ditawarkan Dengan Kualitas Produk Yang diberikan .....	94
4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat yang dirasakan .....	95
4.3.1.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	95
4.3.2 Gambaran Variabel Kualitas Produk .....	97
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Produk yang Menarik .....	97
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan Sesuai dengan Harapan .....	98
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk yang Baik .....	98
4.3.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Bahan Baku yang Kurang Baik .....	99
4.3.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran Porsi Menu yang Tidak Sesuai .....	100
4.3.2.6 Tanggapan Responden Terhadap Produk yang dihasilkan Kurang Matang .....	101
4.3.2.7 Tanggapan Responden Terhadap Produk yang Tidak Tahan Lama .....	101
4.3.2.8 Tanggapan Responden Terhadap Citra Produk yang Sudah Dikenal Masyarakat .....	102

4.3.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Restoran yang Bertanggung Jawab Atas Produk yang Dihasilkan .....	103
4.3.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan dan Ketepatan Karyawan dalam Menghidangkan Produk .....	104
4.3.2.11	Tanggapan Responden Terhadap Restoran yang Melayani Keluhan Konsumen dengan Baik .....	105
4.3.2.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	105
4.3.3	Gambaran Variabel Kepuasan Konsumen .....	107
4.3.3.1	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Tampilan dan Desain Produk .....	107
4.3.3.2	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Bahan Baku Produk .....	108
4.3.3.3	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Ukuran Produk yang Diberikan .....	109
4.3.3.4	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Daya Tahan Produk .....	109
4.3.3.5	Tanggapan Responden atas Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Cara Penyajian Produk .....	110
4.3.3.6	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan yang Diberikan .....	111
4.3.3.7	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Harga yang Diberikan .....	112
4.3.3.8	Tanggapan Responden atas Kepuasan Konsumen Terhadap Citra dan Reputasi Produk .....	113
4.3.3.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	114
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	116
4.4.1	Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi .....	117

4.4.2 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Simultan (Uji F).....	117
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Parsial (Uji t) .....	118
4.4.4 Model Persamaan Regresi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Chrysanthemum Restaurant</i> Pada Hotel Nalendra Bandung .....	120
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	124
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Rekomendasi .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xvii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xix

