

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Strategi Penetapan Harga	18
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.1.2 <i>Marketing Mix</i>	19
2.1.1.3 Pengertian Harga.....	20
2.1.1.4 Pengertian Strategi Penetapan Harga	21
2.1.1.5 Landasan Strategi Penetapan Harga	23
2.1.1.6 Tujuan Penetapan Harga	24
2.1.1.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	26
2.1.1.8 Strategi Penetapan Harga.....	26
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.1.2.1 Variabel yang Mempengaruhi Pembelian.....	34
2.1.2.2 Peran Individu dalam Pembelian Keluarga.....	35

2.1.2.3 Model Perilaku Pembelian	36
2.1.2.4 Tipe-tipe Konsumen dalam Mengambil Keputusan.....	37
2.1.2.5 Perspektif dalam Keputusan Pembelian	38
2.1.3 Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian	40
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	41
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis	49
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Objek Penelitian	53
3.2 Metodologi Penelitian	53
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	55
3.2.3 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	61
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	63
3.2.4.1 Populasi.....	63
3.2.4.2 Sampel	64
3.2.4.4 Teknik Sampling.....	65
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	68
3.2.6.1 Validitas.....	68
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	72
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	75
3.3.1 Rancangan Teknik Analisis.....	75
3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Profil Perusahaan dan Pengunjung Restoran Hanamasa.....	84
4.1.1 Profil Perusahaan.....	84
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	84
4.1.1.2 Sejarah Singkat.....	85

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	85
4.1.2 Profil Konsumen Restoran Hanamasa.....	88
4.1.2.1 Jenis/ tipe Konsumen Restoran Hanamasa.....	88
4.1.2.2 Jenis Konsumen Restoran Hanamasa dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia	89
4.1.2.3 Jenis Konsumen Restoran Hanamasa dilihat dari Pekerjaan dan Penghasilan	91
4.1.2.4 Jenis Konsumen Restoran Hanamasa dilihat dari Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan.....	93
4.1.2.5 Jenis Kelamin dan Usia terhadap Pemilihan Jenis Menu Makanan dan Minuman Hanamasa.....	95
4.1.2.6 Pendidikan dan Penghasilan terhadap Pemilihan Restoran Jepang Sejenis	100
4.1.2.7 Alasan Konsumen Memilih Restoran Hanamasa.....	103
4.2 Pelaksanaan Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	106
4.2.1 <i>Discount and Allowance Pricing Strategy</i> Restoran Hanamasa.....	106
4.2.2 <i>Psychological Pricing Strategy</i> Restoran Hanamasa	109
4.2.3 <i>Promotional Pricing Strategy</i> Restoran Hanamasa.....	112
4.2.4 <i>Valuating Pricing Strategy</i> Restoran Hanamasa	113
4.2.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung terhadap Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa	116
4.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Hanamasa	117
4.3.1 Pengenalan Kebutuhan	117
4.3.2 Pencarian Informasi.....	119
4.3.3 Penilaian Alternatif	121
4.3.4 Keputusan Pembelian	123
4.3.5 Perilaku Setelah Pembelian	126
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa	128
4.4 Pengaruh Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	129

4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	134
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	134
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	135
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	136
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Rekomendasi	140
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusantara (Wisnus).....	3
1.2	Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2002-2006.....	5
1.3	Jumlah Sarana Pariwisata di Kota Bandung Tahun 2008.....	5
1.4	Pendapatan Pajak Restoran Kota Bandung 2004-2008.....	6
1.5	Data Potensi Rumah Makan/Restoran/Bar di Kota Bandung Tahun 2004-2007	7
1.6	Klasifikasi Restoran Berdasarkan Jenisnya di Kota Bandung Tahun 2008.....	8
1.7	Data Kunjungan Konsumen ke Restoran Jepang 2007-2008.....	11
1.8	Harga Produk Makanan Dan Minuman Restoran Hanamasa Dan Kunjungan Konsumen Periode 2007-2008.....	12
2.1	Penelitian Yang Berkaitan Dengan Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dengan Proses Keputusan Pembelian.....	41
2.2	Penelitian yang Berkaitan dengan Objek Penelitian (Industri Restoran)	42
3.1	Operasional Variabel.....	55
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	62
3.3	Populasi dan Responden Penelitian	64
3.4	Alternatif Jawaban Tiap Item Pertanyaan.....	68
3.5	Hasil Uji Validitas.....	70
3.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	74
4.1	Daftar Paket Menu Restoran Hanamasa	86
4.2	Daftar Menu Restoran Hanamasa	87
4.3	Jenis Konsumen Restoran Hanamasa	88
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	90
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	92
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	94

4.7	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Pemilihan Produk Menu Paket Hanamasa.....	96
4.8	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Pemilihan Produk Minuman Hanamasa	98
4.9	Keterkaitan Antara Pendidikan dan Penghasilan Terhadap Pemilihan Restoran Jepang Sejenis.....	101
4.10	Alasan Konsumen Memilih Restoran Hanamasa	103
4.11	<i>Discount And Allowance Pricing Strategy</i> Dalam Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	106
4.12	<i>Psychological Pricing Strategy</i> Dalam Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	109
4.13	<i>Promotional Pricing Strategy</i> Dalam Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	112
4.14	<i>Valuating Pricing Strategy</i> Dalam Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	114
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	116
4.16	Keterkaitan Antara Jenis Konsumen Dan Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa.....	117
4.17	Pengenalan Kebutuhan Dalam Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	118
4.18	Pencarian Informasi Dalam Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	120
4.19	Penilaian Alternatif Dalam Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	122
4.20	Keputusan Pembelian Dalam Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	124
4.21	Perilaku Setelah Pembelian Dalam Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	126
4.22	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	128

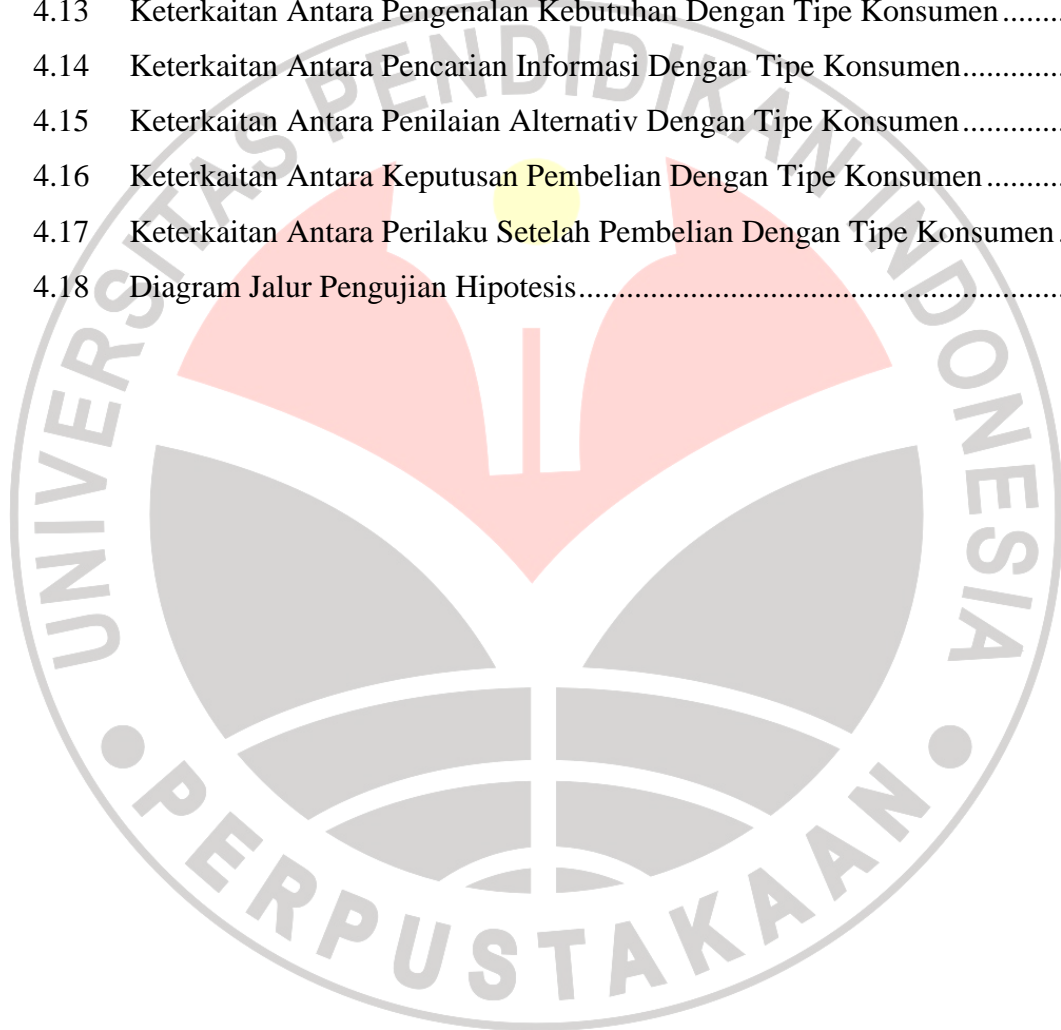
4.23	Keterkaitan Antara Jenis Konsumen Dan Proses Keputusan Pembelian Restoran Hanamasa.....	129
4.24	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel Strategi Penetapan Harga Dengan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Hanamasa.....	130
4.25	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Strategi Penetapan Harga Dengan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Hanamasa.....	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Pertumbuhan Restoran Di Jawa Barat Tahun 2001-2005.....	4
1.2	Pertumbuhan Meja Dan Kursi Pada Restoran Di Jawa Barat Tahun 2001-2005	4
2.1	Sembilan Strategi Harga Mutu.....	22
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	30
2.3	Empat Jenis Perilaku Konsumen	34
2.4	Model Keterlibatan Konsumen.....	36
2.5	Model Perilaku Pembeli.....	37
2.6	Kerangka Pemikiran Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa Dalam Menciptakan Proses Keputusan Pembelian Konsumen	48
2.7	Paradigma Strategi Penetapan Harga Restoran Hanamasa Dalam Menciptakan Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	49
3.1	Struktur Kausal Antara X Dan Y	77
3.2	Analisis Jalur.....	78
4.1	Jenis Konsumen Restoran Hanamasa	89
4.2	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	91
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	93
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	95
4.5	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Pemilihan Produk Menu Paket Hanamasa.....	98
4.6	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Pemilihan Produk Minuman Hanamasa	100
4.7	Keterkaitan Antara Pendidikan dan Penghasilan Terhadap Pemilihan Restoran Jepang Sejenis.....	103
4.8	Alasan Konsumen Memilih Restoran Hanamasa	105
4.9	Keterkaitan Antara <i>Discount And Allowance Pricing Strategy</i> Dengan Tipe Konsumen.....	109

4.10	Keterkaitan Antara <i>Psychological Pricing Strategy</i> Dengan Tipe Konsumen	111
4.11	Keterkaitan Antara <i>Promotional Pricing Strategy</i> Dengan Tipe Konsumen	113
4.12	Keterkaitan Antara <i>Valuating Pricing Strategy</i> Dengan Tipe Konsumen	115
4.13	Keterkaitan Antara Pengenalan Kebutuhan Dengan Tipe Konsumen	119
4.14	Keterkaitan Antara Pencarian Informasi Dengan Tipe Konsumen	121
4.15	Keterkaitan Antara Penilaian Alternatif Dengan Tipe Konsumen	123
4.16	Keterkaitan Antara Keputusan Pembelian Dengan Tipe Konsumen	125
4.17	Keterkaitan Antara Perilaku Setelah Pembelian Dengan Tipe Konsumen	127
4.18	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis	131



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., (2004) *Marketing Research* . John Wiley & Sons.
- Asep Hermawan. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo
- Basu Swasta, dan Irawan (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kelima. Yogyakarta, Liberty.
- Buchari Alma (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta.
- Cravens, David W & Nigel F. Piercy. (2006). *Strategic Marketing 8th Edition*. New York USA : Mc. Graw-Hill Education.
- Data Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung (2006)
- Disbudpar Provinsi Jawa Barat (2005)
- Disbudpar Kota Bandung (2006)
- Dr. Asep Hermawan, M.Sc (2006). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*., Jakarta, Grasindo.
- Dinas Pariwisata Kota Bandung (2006)
- Dodds, William B., dan Kent B. Monroe. (1985). *The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations. Advance in Consumer Research*.
- Fandy Tjiptono (2006). *Manajemen Jasa*. Jakarta , Andi.
- Griffin, R.W & Ronald J Elbert. (2006) *Bussiness 8th*, New Jersey, Prentice Hall.
- Gregorius Chandra, (2005), *Strategi Dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Andi
- Husein Umar, (2003). *Metode Riset Bisnis*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan Kartajaya, (2006). *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix*, Bandung, Mizan Pustaka.
- Isman Pepadri (2002). *Jurnal Pemasaran : Pricing is the moment of truth , all marketing comes to focus in the pricing decision*.

- Kusnendi., (2005), *Analisis Jalur Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Spss Dan Lisrel 8*, Jawa Barat: Jurusan Pendidikan Ekonomi UPI
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2007) *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. Gary Armstrong (2007). *Marketing:An Introduction 8/e*, United States of America, Prentice Hall.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*, Jakarta, PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran edisi milenium jilid 2*, Jakarta, PT Prehallindo.
- Levy and Weitz (2001) *Retailing Management*, Boston, Mc.Graw Hill, Irwin.
- Lovelock, Christopher, dan Lauren W diterjemahkan oleh Mario Samosir. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Indeks.
- Malhotra, Naresh, K. (2005). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Moh. Nazir, Ph.D (2007). *Metode Penelitian*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Manager Restoran Hanamasa Bandung. (2009)
- Places To Eat In Bandung*, Majalah (2008).
- Prof. Dr. Sugiyono (2005). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Pusat Data dan Informasi 2007
- Portal Departemen Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.htm (2007)
- Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat.
- Ridwan & Kuncoro. (2007) *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)* Bandung, Alfabeta.
- Saladin Djaslim (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung, Linda Karya
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L. (2000) *Consumer Behavior*, Seventh Edition. Prentice Hall International, Inc.,
- Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2007*

Suharsimi Arikunto, (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, Jakarta, PT Rhineja Cipta.

Website

www.bandung.go.id

www.bandungtourism.com

www.bps.go.id/tourism

www.digilib/petra.ac.id

www.budpar.net

www.hanamasa-restaurant.com

www.hanamasa.co.jp

www.kompasinteraktif.com

www.kompas.com

www.majalahtrust.com

www.swa.co.id

www.UNWTO.com

www.west-java-indonesia.com

www.wikipedia.com



