

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Ilmiah.....	7
1.3.2 Tujuan Praktis.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Secara Akademis.....	7
1.4.2 Secara Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Pendapat.....	9
2.1.1.1 Karakteristik Pendapat.....	11
2.1.1.2 Sumber Pendapat.....	12
2.1.1.3 Proses Pendapat.....	14
2.1.1.4 Pengukuran Pendapat.....	15
2.1.2 Bauran Promosi.....	17
2.1.2.1 <i>Advertising</i>	20
2.1.2.2 <i>Sales Promotion</i>	22
2.1.2.3 <i>Public Relations</i>	24

2.1.2.4	<i>Personal Selling</i>	2
2.1.2.5	<i>Direct Marketing</i>	30
2.1.3	Perilaku Kewirausahaan.....	31
2.2	Kajian Empirik.....	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
2.4	Hipotesis	40

BAB III OBJEK DAN METODOLOG PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	42
3.2.2	Operasionalisasi variabel	44
3.2.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	46
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.5	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.2.6	Teknis Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

	Hasil Penelitian	57
	Gambaran Umum Kondisi Penelitian	57
	Deskripsi data hasil Penelitian	59
	Kondisi Umum Rumah makan di beberapa wilayah di Kabupaten Bandung Barat	59
4.1.1.0.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.1.0.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	60
4.1.1.0.3.	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	61
4.1.1.0.4.	Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usaha.....	63
4.1.1.0.5.	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	64
	Data Variabel Penelitian.....	66
	Bauran Promosi	66
4.1.2.0.1.	Indikator <i>Advertising</i>	66

4.1.2.0.2. Indikator Sales Promotion	72
4.1.2.0.3. Indikator <i>Public relation</i>	74
4.1.2.0.4. Indikator <i>Personal Selling</i>	77
4.1.2.0.5. Indikator <i>Direct Marketing</i>	79
4.1.2.0.6. Rekapitulasi Variabel Bauran Promosi.....	82
Perilaku Kewirausahaan	84
4.1.2.1.1. Indikator Kepercayaan Diri	84
4.1.2.1.2. Indikator Berorientasi pada Tugas dan Hasil	86
4.1.2.1.3. Indikator Pengambilan Resiko.....	91
4.1.2.1.4. Indikator Kepemimpinan.....	93
4.1.2.1.5. Indikator Keorisinilan.....	97
4.1.2.1.6. Indikator Berorientasi ke Masa Depan	100
4.1.2.1.7. Indikator Kreativitas dan Keinovasian	102
4.1.2.1.8. Rekapitulasi Variabel Perilaku Kewirausahaan	105
Pendapatan.....	108
4.1.2.2.1. Pendapatan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
4.1.2.2.2. Pendapatan Berdasarkan Usia	109
4.1.2.2.3. Pendidikan	110
4.1.2.2.4. Lama usaha.....	110
4.1.2.2.5. Jumlah Tenaga Kerja.....	111
Pengujian Hipotesis	112
Analisis Korelasi.....	112
Koefisien Determinasi	113
Analisis Regresi Linear Ganda Dua Prediktor.....	114
Pengujian Hipotesis dan Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	114
Pengujian Hipotesis secara Parsial (uji t)	115
Pembahasan	116
Pengaruh Bauran Promosi terhadap Pendapatan	119
Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Pendapatan.....	120
Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Bauran Promosi terhadap Pendapatan.....	121

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 123
5.2 Saran..... 124

DAFTAR PUSTAKAxiii

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan Rumah makan	5
Tabel 2.1 Alat-alat Promosi	19
Tabel 2.2 Kajian Empirik Skripsi.....	35
Tabel 2.3 Kajian Empirik Tesis	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2 Rumah makan di Kecamatan Lembang	47
Tabel 3.3 Rumah makan di Kecamatan Parongpong.....	48
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen	50
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen.....	53
Tabel 4.2. Karakteristik Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3. Karakteristik Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4. Karakteristik Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	62
Tabel 4.4. Karakteristik Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Pengalaman Usaha.....	63
Tabel 4.6. Karakteristik Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	64
Tabel 4.7. Tabel Indikator Ketepatan Memilih Media Periklanan.....	66
Tabel 4.8. Tabel Indikator Ketepatan Waktu Pemasangan Iklan.....	67
Tabel 4.9. Tabel Indikator Jangkauan Periklanan	68
Tabel 4.10. Tabel Indikator Pemahaman Iklan	68
Tabel 4.11. Tabel Indikator Keunikan Iklan	69
Tabel 4.12. Tabel Indikator Frekuensi Periklanan	70
Tabel 4.13. Tabel Indikator Potongan Harga	71
Tabel 4.14. Tabel Indikator Kesesuaian Potongan Harga.....	72
Tabel 4.15. Tabel Indikator Aktivitas Bonus Undian	73

Tabel 4.16. Tabel Indikator Ketepatan Pemberian Hadiah	73
Tabel 4.17. Tabel Indikator Aktif Menjadi Sponsor	74
Tabel 4.18. Tabel Indikator Citra di Mata Konsumen	75
Tabel 4.19. Tabel Indikator Pemberian Sumbangan.....	76
Tabel 4.20. Tabel Indikator Memberikan Pemahaman akan Produk Kepada Karyawan	77
Tabel 4.21. Tabel Indikator Memberikan <i>Performance Sales</i> Terbaik.....	78
Tabel 4.22. Tabel Indikator Memberikan Pemahaman tentang Produk kepada Konsumen	78
Tabel 4.23. Tabel Indikator Pemilihan Alat Pemasaran Langsung.....	79
Tabel 4.24. Tabel Indikator Memberikan Layanan Ekstra	80
Tabel 4.25. Tabel Indikator Memberikan Premi.....	81
Tabel 4. 26 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden terhadap Variabel Bauran Promosi.....	82
Tabel 4.27. Tabel Indikator Keyakinan Diri	84
Tabel 4.28. Tabel Indikator Percaya Keberhasilan	85
Tabel 4.29. Tabel Indikator Kemandirian	86
Tabel 4.30. Tabel Indikator Perencanaan Usaha.....	86
Tabel 4.31. Tabel Indikator Evaluasi Kinerja	87
Tabel 4.32. Tabel Indikator Mencari Peluang Usaha.....	88
Tabel 4.33. Tabel Indikator Pencatatan Administrasi Keuangan.....	88
Tabel 4.34. Tabel Indikator Tidak Pantang Menyerah	89
Tabel 4.35. Tabel Indikator Tekad dalam Berusaha	90
Tabel 4.36. Tabel Indikator Semangat dalam Berusaha	90
Tabel 4.36. Tabel Indikator Rela Berkorban.....	91
Tabel 4.37. Tabel Indikator Pandangan terhadap Pesaing	92
Tabel 4.38. Tabel Indikator Pandangan terhadap Tantangan.....	92
Tabel 4.39. Tabel Indikator Penjelasan Tugas kepada Karyawan	93
Tabel 4.40. Tabel Indikator Komunikasi dengan Orang Lain	94
Tabel 4.41. Tabel Indikator Belajar dan Konsultasi dengan Pihak Lain	94
Tabel 4.42. Tabel Indikator Kerjasama dengan Karyawan.....	95

Tabel 4.43. Tabel Indikator Keleluasaan Memberikan Ide dan Kritik	96
Tabel 4.44. Tabel Indikator Penerimaan Kritik dan Saran	96
Tabel 4.45. Tabel Indikator Penemuan Ide dan Gagasan Baru.....	97
Tabel 4.46. Tabel Indikator Penerapan Ide dan Gagasan Baru.....	98
Tabel 4.47. Tabel Indikator Penerimaan Sesuatu yang Baru	98
Tabel 4.48. Tabel Indikator Penerapan Sesuatu yang Baru	99
Tabel 4.49. Tabel Indikator Pencarian Peluang	100
Tabel 4.50. Tabel Indikator Perbaikan yang Berkelanjutan.....	101
Tabel 4.51. Tabel Indikator Perencanaan Usaha.....	101
Tabel 4.52. Tabel Indikator Aktif Menghasilkan Ide Besar.....	102
Tabel 4.53. Tabel Indikator Berpikir dan Menggunakan Daya Khayal.....	103
Tabel 4.54. Tabel Indikator Kepuasan Keberhasilan.....	103
Tabel 4.55. Tabel Indikator Aktif Mencari Solusi	104
Tabel 4.56. Tabel Indikator Mencari Cara Baru dalam Administrasi.....	105
Tabel 4.57 Rekapitulasi Skor tanggapan Responden terhadap Variabel Perilaku Kewirausahaan	106
Tabel 4.58. Tingkat Pendapatan Rumah makan di Beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat	108
Tabel 4.59. Tingkat Pendapatan Rumah makan di Beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan jenis kelamin	108
Tabel 4.60. Tingkat Pendapatan Rumah makan di Beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan usia pengusaha	109
Tabel 4.61. Tingkat Pendapatan Rumah makan di Beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Pendidikan Terakhir	110
Tabel 4.62. Tingkat Pendapatan Rumah makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Lama Usaha.....	110
Tabel 4.63. Tingkat Pendapatan Rumah makan di Beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja ..	111
Tabel 4.64 Output Pengaruh Bauran Promosi dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Pendapatan	113
Tabel 4.65 Analisis Regresi Linear Ganda Dua Prediktor.....	114

Tabel 4.66 Output Anova..... 115

Tabel 4.67 Output Koefisien Regresi..... 115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Rumah Makan	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Gambar 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usaha	63
Gambar 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	65
Gambar 4.6 Garis kontinum Variabel Bauran Promosi Rumah Makan di beberapa Wilayah di Kabupaten Bandung Barat.....	83
Gambar 4.7 Garis kontinum variabel bauran promosi rumah makan di beberapa wilayah di Kabupaten Bandung Barat.....	109