

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Konsep dan Definisi Rumah Makan	10
2.1.2 Macam-macam Tipe Rumah Makan.....	10
2.1.3 Pengertian Pemasaran	14
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.2 Kualitas Pelayanan	17
2.2.1 Pengertian Pelayanan	17
2.2.2 Karakteristik Jasa	18
2.2.3 Klasifikasi Jasa.....	19
2.2.4 Pengertian Kualitas	21
2.2.5 Karakteristik Kualitas.....	22
2.2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.2.7 Dimensi Kualitas.....	25
2.3 Harga.....	26
2.3.1 Pengertian Harga.....	26
2.3.2 Konsep dan Peranan Harga	28
2.3.3 Dimensi Harga	28
2.3.4 Penetapan Harga.....	29
2.3.5 Harga Berdasarkan Pandangan Konsumen	30
2.4 Kepuasan Konsumen.....	31
2.4.1 Pengertian Kepuasan.....	31
2.4.2 Pengertian Konsumen	32
2.4.3 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	33
2.4.4 Dimensi Kepuasan	39

2.4.4.1	Harapan Konsumen.....	40
2.4.4.2	Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	43
2.4.4.3	Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen	47
2.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	50
2.6	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
2.7	Kajian Peneliti Terdahulu	51
2.8	Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu	51
2.9	Kerangka Pemikiran.....	52
2.10	Hipotesis.....	57
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	59
3.1	Objek Penelitian	59
3.2	Metode Penelitian.....	60
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.4	Populasi dan Sampel	62
3.4.1	Populasi.....	62
3.4.2	Sampel.....	62
3.5	Operasional Variabel.....	64
3.6	Teknik Pengolahan Data	68
3.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	68
3.7.1	Uji Validitas	68
3.7.2	Uji Reliabilitas	69
3.8	Teknik Analisis Data.....	70
3.8.1	Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi	70
3.8.2	Regresi Linear Berganda.....	72
3.9	Pengujian Hipotesis.....	73
3.9.1	Uji F Statistik	73
3.9.2	Uji t Statistik	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1	Hasil Penelitian	76
4.1.1	Gambaran Umum Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.....	76
4.2	Karakteristik Responden	78
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan pekerjaan	80
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	81
4.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	82

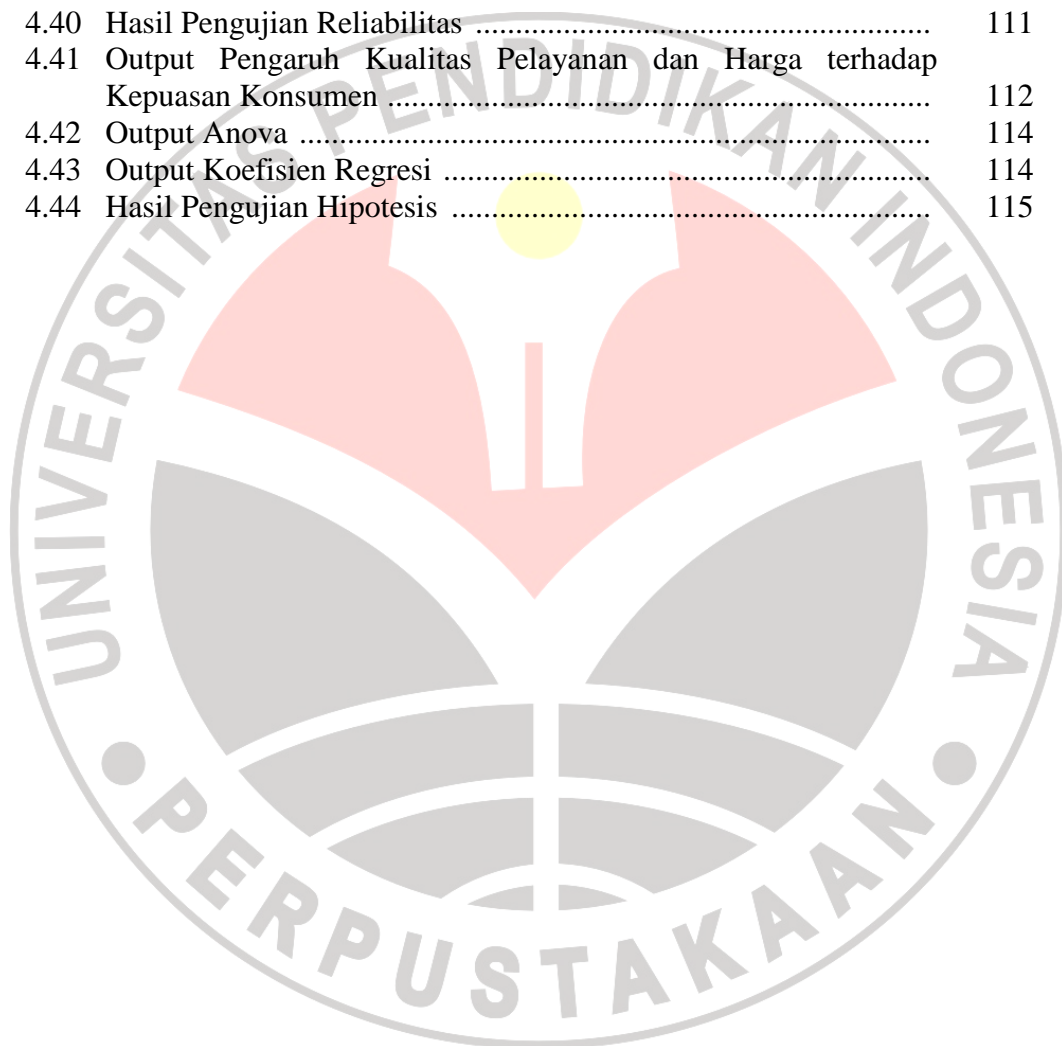
4.2.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan	83
4.2.7	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Makan	84
4.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Karakteristik Responden	85
4.4	Gambaran Umum Variabel Kualitas Pelayanan	86
4.4.1	Persepsi Konsumen Terhadap Tangibles	86
4.4.2	Persepsi Konsumen Terhadap Realibility	87
4.4.3	Persepsi Konsumen Terhadap Responsivess	89
4.4.4	Persepsi Konsumen Terhadap Assurances	91
4.4.5	Persepsi Konsumen Terhadap Emphaty	92
4.4.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	93
4.5	Gambaran Umum Variabel Harga	97
4.5.1	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	100
4.6	Gambaran Umum Variabel Kepuasan Konsumen	102
4.6.1	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	105
4.7	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	107
4.7.1	Uji Validitas	107
4.7.2	Uji Reliabilitas	109
4.7.3	Pengujian Hipotesis	111
4.7.4	Koefisien Korelasi Ganda dan Determinasi	112
4.7.5	Analisis Persamaan Regresi	113
4.7.6	Pengujian Hipotesis dan Signifikan Secara Simultan (Uji F)	113
4.7.7	Pengujian Hipotesis Regresi Secara Parsial (Uji t)	114
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	115
4.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	116
4.8.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1	Kesimpulan	118
5.2	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung Januari 2010 - Desember 2010	5
1.2	Data Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	6
1.3	Daftar Menu Makanan dan Harga Pada Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	7
2.1	Dimensi Kualitas Pelayanan Para Ahli	25
2.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.3	Pengertian/Definisi Harga	27
2.4	Harapan, Kinerja, dan ketidakpuasan	36
2.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan Tentang Kualitas	38
2.6	Diterminasi Kepuasan Pelanggan Pada Produk <i>Tangible-Intangible</i>	46
2.7	Perbedaan strategi Pangsa Pasar dan Strategi Kepuasan Pelanggan	48
2.8	Strategi Ofensif dan Strategi Defensif	48
2.9	Penelitian Terdahulu	51
2.10	Persamaan dan perbedaan dengan Peneliti Terdahulu	51
3.1	Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung Januari 2010-Desember 2010	63
3.2	Operasional Variabel	64
3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien .	72
4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	81
4.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	82
4.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	83
4.7	Klasifikasi Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Makan	84
4.8	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Karakteristik Responden	85
4.9	Persepsi Konsumen Terhadap Kebersihan Fasilitas Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	86
4.10	Persepsi Konsumen Terhadap Tata Ruang, Produk dan Pelayanan yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	86
4.11	Persepsi Konsumen Terhadap Kerapihan dan Penampilan Karyawan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	87
4.12	Persepsi Konsumen Terhadap Ketepatan dan Kecepatan Waktu	87
4.13	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Pemesanan Makanan	88

4.14	Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Melakukan Pembayaran	88
4.15	Persepsi Konsumen Terhadap Kemampuan Karyawan dalam Menanggapi Keluhan	89
4.16	Persepsi Konsumen Terhadap Kesiapan Karyawan dalam Membantu Konsumen	90
4.17	Persepsi Konsumen Terhadap Keterampilan Karyawan dalam Melayani Konsumen	90
4.18	Persepsi Konsumen Terhadap Sikap Karyawan dalam Menyambut Kedatangan Konsumen	91
4.19	Persepsi Konsumen Terhadap Pemahaman Karyawan dalam Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	91
4.20	Persepsi Konsumen Terhadap Penguasaan Karyawan dalam Memberikan Penjelasan Kepada Konsumen	92
4.21	Persepsi Konsumen Terhadap Kepedulian Karyawan Terhadap Konsumen	92
4.22	Persepsi Konsumen Terhadap Kesigapan Karyawan dalam Merespon Permintaan Konsumen	93
4.23	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga ...	94
4.24	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.....	97
4.25	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga dengan Daya Beli Konsumen Di Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	97
4.26	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga dengan Ukuran/Jumlah Porsi yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	98
4.27	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	98
4.28	Persepsi Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga dengan Tingkat Harga yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	99
4.29	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga ...	100
4.30	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Kualitas Produk yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	102
4.31	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Variasi Produk yang Ditawarkan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	103
4.32	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Harga yang Ditawarkan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	103
4.33	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Kualitas Pelayanan yang Diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung .	104
4.34	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Lokasi dan Tempat Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung	104

4.35	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	105
4.36	Uji Validitas	108
4.37	Output Uji Reliabilitas Instrument Variabel Kepuasan Konsumen Relibility Statistic	110
4.38	Output Uji Reliabilitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan Relibility Statistic	110
4.39	Output Uji Reliabilitas Instrument Variabel Harga Relibility Statistic	110
4.40	Hasil Pengujian Reliabilitas	111
4.41	Output Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen	112
4.42	Output Anova	114
4.43	Output Koefisien Regresi	114
4.44	Hasil Pengujian Hipotesis	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Faktor Utama Kualitas Pelayanan.....	24
2.2 Model Kepuasan - Ketidakpuasan	35
2.3 Pembentukan Kepuasan - Ketidakpuasan	37
2.4 Konsep Kepuasan Konsumen	38
2.5 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan.....	42
2.6 Model Diskonfirmasi Ekspektasi	53
2.7 Integrasi Model Kepuasan dan Kualitas Jasa.....	54
2.8 Antendensi Konsekuensi Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator.....	54
2.9 Lima Driver Kepuasan Pelanggan	56
2.10 Paradigma Penelitian.....	57
4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	81
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	82
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	83
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Makan.....	84
4.8 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	96
4.9 Garis Kontinum Variabel Harga	102
4.10 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Konsumen.....	107