

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Konsep Pariwisata, Wisata Kuliner dan <i>Food and Beverage</i>	10
2.1.1.1 Konsep Pariwisata	10
2.1.1.2 Konsep Wisata Kuliner	14
2.1.1.3 Konsep <i>Food and Beverage</i>	15
2.1.2 Variasi Produk Bagian dari <i>Hospitality and Tourism Marketing</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Hospitality and Tourism Marketing</i>	18
2.1.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Hospitality Marketing Mix</i>)	21
2.1.2.3 Pengertian Produk	23
2.1.2.3.1 Tingkatan Produk	24
2.1.2.3.2 Klasifikasi Produk.....	25
2.1.2.3.3 Tipe- Tipe Produk	27

2.1.2.3.4 Bauran Produk.....	28
2.1.2.4 Pengertian Variasi	29
2.1.2.5 Pengertian Variasi Produk	30
2.1.2.6 Fungsi Variasi Produk	32
2.1.2.7 Faktor-Faktor Pembentuk Variasi Produk	32
2.1.2.8 Dimensi Variasi Produk	35
2.1.3 Perilaku Konsumen	37
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	37
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	39
2.1.3.3 Model Perilaku Konsumen.....	42
2.1.3.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	44
2.1.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	46
2.1.3.6 Peran Konsumen dalam Membeli	48
2.1.3.7 Jenis-Jenis Tingkah Laku dalam Keputusan Pembelian	49
2.1.3.8 Keputusan Pembelian Konsumen	50
2.1.4 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	54
2.2 Kerangka Pemikiran.....	56
2.3 Hipotesis.....	61
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Objek Penelitian	63
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	65
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	68
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	69
3.2.4.1 Populasi.....	69
3.2.4.2 Sampel.....	70
3.2.4.3 Teknik Sampling	71
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	72
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	73
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	74

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	79
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data.....	79
3.2.7.2 Uji Hipotesis.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Profil dan Responden Rumah Talas Bogor	87
4.1.1 Profil Rumah Talas	87
4.1.1.1 Identitas Rumah Talas	87
4.1.1.2 Struktur Organisasi.....	87
4.1.1.3 Sejarah Singkat Rumah Talas.....	88
4.1.1.4 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	89
4.1.2 Profil Responden Rumah Talas.....	90
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	93
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	94
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	95
4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	97
4.1.2.7 Pengalaman Responden ketika Berkunjung ke Rumah Talas	98
4.1.2.8 Pengalaman Responden dalam Mengetahui Informasi Mengenai Rumah Talas	99
4.1.2.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Rumah Talas dalam Satu Bulan	100
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk di Rumah Talas Bogor	102
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran Makanan	102
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga Makanan.....	103
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Makanan	105
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Produk Makanan	107
4.3 Pelaksanaan Keputusan Pembelian di Rumah Talas Bogor	108
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	108
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	110
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Saluran Pembelian	111
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Penentuan Waktu Pembelian	112

4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	114
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	115
4.4	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumah Talas Bogor	115
4.4.1	Hasil Uji Asumsi	116
4.4.2	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	119
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	120
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	120
4.4.5	Model Persamaan Regresi Linier Berganda Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Talas Bogor.....	122
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	122
4.5.1	Pembahasan Mengenai Variasi Produk Di Rumah Talas Bogor.....	122
4.5.2	Pembahasan Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Talas Bogor	126
4.5.3	Pembahasan Mengenai Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Talas Bogor	129
4.6	Implikasi Hasil Penelitian.....	131
4.6.1	Temuan yang Bersifat Teoritik	131
4.6.2	Temuan yang Bersifat Empirik	132
	BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	134
5.1	Kesimpulan	134
5.2	Rekomendasi	135
	DAFTAR PUSTAKA	137
	LAMPIRAN	142