

2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.1.4.1 Dimensi Keputusan Pembelian	20
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian	22
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.1.5 Industri <i>Food and Beverage</i>	29
2.1.5.1 Restoran	30
2.1.5.2 Tipe–Tipe Restoran	31
2.1.6 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.1.7 Orisinalitas Penelitian	36
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.3 Hipotesis Penelitian	43
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	45
3.2.1 Jenis Metode Penelitian yang Digunakan	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	51
3.2.4.1 Populasi	51
3.2.4.2 Sampel	51
3.2.4.3 Teknik Sampling	52
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	54
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	54
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data	58
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	58

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif	59
3.2.8 Uji Asumsi Regresi	60
3.2.8.1 Uji Normalitas Data	60
3.2.8.2 Uji Heteroskedastisitas	60
3.2.8.3 Persamaan Regresi	60
3.2.8.4 Koefisien Determinasi	61
3.2.9 Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Konsumen RM Sari Sunda	64
4.1.1 Profil Perusahaan	64
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	64
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	64
4.1.2 Profil Konsumen RM Sari Sunda	66
4.1.2.1 Jenis Konsumen RM Sari Sunda	
Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	66
4.1.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal	
Daerah	67
4.1.2.3 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan	
Pendidikan dan Pekerjaan	68
4.1.2.4 Karakteristik Konsumen RM Sari Sunda	
Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	69
4.1.3 Pengalaman Responden	69
4.1.3.1 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan	
Asal Informasi Mengenai RM Sari Sunda ..	69
4.1.3.2 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan	
Frekuensi Kunjungan	70
4.1.3.3 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan	
Daya Tarik ke RM Sari Sunda	71
4.1.3.4 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan	

Alasan Melakukan Pembelian	72
4.1.3.5 Konsumen RM Sari Sunda Berdasarkan Kelompok dan Waktu Kunjungan	73
4.1.3.6 Konsumen RM Sari Sunda Untuk Merekomendasikan RM Sari Sunda	74
4.2 Pelaksanaan <i>Food Quality</i> di RM Sari Sunda	75
4.2.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Warna dari Produk yang Disajikan di RM Sari Sunda	75
4.2.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Penampilan dari Produk yang Disajikan di RM Sari Sunda	76
4.2.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Bentuk dari Produk Makanan yang Disajikan di RM Sari Sunda	78
4.2.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Tekstur Produk Makanan di RM Sari Sunda	79
4.2.5 Tanggapan Konsumen Mengenai Aroma Makanan di RM Sari Sunda	80
4.2.6 Tanggapan Konsumen Mengenai Rasa Makanan di RM Sari Sunda	81
4.2.7 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Food Quality</i> yang Dirasakan di RM Sari Sunda	82
4.3 Keputusan Konsumen Ketika Melakukan Pembelian di RM Sari Sunda	83
4.3.1 Keputusan Konsumen Mengenai Pemilihan Produk di RM Sari Sunda	84
4.3.2 Keputusan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Merek pada Rm Sari Sunda	85
4.3.3 Tanggapan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Penyalur pada RM Sari Sunda	86
4.3.4 Keputusan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Waktu Pembelian di RM Sari Sunda	88

4.3.5	Tanggapan Konsumen Mengenai Jumlah Pembelian Produk di RM Sari Sunda	89
4.3.6	Tanggapan Konsumen Mengenai Metode Pembayaran di RM Sari Sunda	91
4.3.7	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian di RM Sari Sunda	92
4.4	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Variabel	94
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	94
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	96
4.4.2	Pengujian Koefisien Korelasi	96
4.4.3	Pengujian Koefisien Determinasi	98
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	98
4.5.1	Hasil Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F)	98
4.5.2	Hasil Uji Signifikansi secara Parsial (Uji t)	100
4.5.3	Model Persamaan Regresi Sederhana Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung	101
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	102
4.6.1	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	102
4.6.2	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik	103
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Rekomendasi	106
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Periode 2008-2013	2
1.2	Perkembangan Usaha Restoran/ Rumah Makan berskala Menengah dan Besar pada 2007 – 2011	3
1.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Jawa Barat Periode 2009 – 2011	3
1.4	Data Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung Periode 2008–2012	4
1.5	Data Rekapitulasi dan daftar Nama Potensi Restoran, Rumah Makan, Bar Berijin di Kota Bandung Periode 2008 – 2012	5
1.6	Data Kunjungan Konsumen Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Kota Bandung	6
1.7	Data Tanggapan Responden terhadap Rumah Makan Sari Sunda	7
2.1	Resume Penelitian Terdahulu	36
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	48
3.2	Jenis dan Sumber Data	51
3.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel X (<i>Food Quality</i>)	55
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	56
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas	58
4.1	Jenis Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	67
4.2	Frekuensi Konsumen Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	68
4.3	Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	69
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kelompok dan Waktu Kunjungan ke RM Sari Sunda.....	74
4.5	Tanggapan Konsumen Mengenai Warna dari Produk Makanan yang Disajikan di RM Sari Sunda	75
4.6	Tanggapan Konsumen Mengenai Penampilan dari Produk yang Disajikan di RM Sari Sunda	77

4.7	Tanggapan Konsumen Mengenai Bentuk Makanan di RM Sari Sunda	78
4.8	Tanggapan Konsumen Mengenai Tekstur Makanan di RM Sari Sunda	79
4.9	Tanggapan Konsumen Mengenai Aroma Makanan pada RM Sari Sunda	80
4.10	Tanggapan Konsumen Berdasarkan Rasa dari Makanan yang Disajikan oleh RM Sari Sunda	81
4.11	Rekapitulasi <i>Food Quality</i> Rumah Makan Sari Sunda	82
4.12	Keputusan Konsumen Mengenai Pemilihan Produk di RM Sari Sunda	84
4.13	Keputusan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Merek	85
4.14	Tanggapan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Penyalur	87
4.15	Keputusan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Waktu Pembelian	88
4.16	Tanggapan Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian	90
4.17	Tanggapan Konsumen Mengenai Metode Pembayaran di RM Sari Sunda	91
4.18	Rekapitulasi Keputusan Pembelian di RM Sari Sunda	92
4.19	Pengujian Uji Normalitas Data	94
4.20	Hasil Uji Korelasi Bivariat <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	97
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi	98
4.22	Hasil Analisis Varian <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	99
4.23	Hasil Persamaan <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	99
4.24	Hasil Uji Hipotesis Regresi Sederhana Secara Parsial	101

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal
2.1	Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	22
2.2	Model Pengambilan Keputusan Konsumen	24
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	42
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	43
3.1	Struktur Kausal antara X dan Y	62
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Daerah	68
4.2	Pengalaman Konsumen Berdasarkan Informasi tentang Rumah Makan Sari Sunda	70
4.3	Pengalaman Konsumen Dalam Berkunjung ke RM Sari Sunda	71
4.4	Pengalaman Konsumen Berdasarkan Daya Tarik ke Rumah Makan Sari Sunda	72
4.5	Pengalaman Konsumen Berdasarkan Alasan Melakukan Pembelian di Rumah Makan Sari Sunda	73
4.6	Pengalaman Konsumen Berdasarkan Keinginan Untuk Merekomendasikan RM Sari Sunda	74
4.7	Garis Kontinum Indikator Warna	76
4.8	Garis Kontinum Indikator Penampilan	77
4.9	Garis Kontinum Indikator Bentuk	78
4.10	Garis Kontinum Indikator Tekstur	80
4.11	Garis Kontinum Indikator Aroma	81
4.12	Garis Kontinum Indikator Rasa	82
4.13	Garis Kontinum <i>Food Quality</i>	83
4.14	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Pemilihan Produk	85
4.15	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Pemilihan Merek	86
4.16	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Pemilihan Penyalur	87

4.17	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Pemilihan Waktu Pembelian	89
4.18	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Jumlah Pembelian	90
4.19	Garis Kontinum Keputusan Berdasarkan Metode Pembayaran	92
4.20	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Rumah Makan Sari Sunda Soekarno Hatta Bandung	93
4.21	Histogram Dependent Variabel Keputusan Pembelian	95
4.22	Grafik <i>Scatter Plot Regression Standardized Residual</i>	96
4.23	Grafik Persamaan Linier Regresi Variabel <i>Food Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian di RM Sari Sunda	100