

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4 Batasan Masalah	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Pengertian Pariwisata	13
2.1.1 Potensi dan Jenis Wisata	14
2.2 Usaha Jasa Boga	19
2.2.1 Jenis – Jenis Usaha Jasa Boga/Katering	21
2.3 Katering	24
2.4 Manajemen Pemasaran Jasa	26
2.4.1 Pemasaran Jasa	26
2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa	27
2.5 Kepuasan Konsumen	41
2.5.1 Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen	43
2.5.2 Ciri – Ciri Kepuasan Konsumen	44
2.5.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	44
2.6 Kerangka Pemikiran	46

	2.7 Hipotesis	50
BAB III	METODE PENELITIAN	51
	3.1 Objek Penelitian	51
	3.2 Metode Penelitian	51
	3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian	51
	3.3 Operasional Variabel	52
	3.4 Instrumen Penelitian	60
	3.5 Jenis dan Sumber Data	61
	3.6 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	62
	3.7 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	63
	3.7.1 Populasi	63
	3.7.2 Sampel	64
	3.7.2.1 Teknik Penarikan Sampel	65
	3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	66
	3.8.1 Uji Validitas	66
	3.8.2 Uji Reliabilitas	70
	3.9 Teknik Analisis Data	72
	3.9.1 Methode of Successive Interval	72
	3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	74
	3.10 Pengujian Hipotesis	75
	3.10.1 Uji F Statistik	75
	3.10.2 Uji t Statistik	76
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
	4.1 Hasil Penelitian	77
	4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
	4.1.2 Karakteristik Responden	78
	4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan	

Perusahaan/Lembaga	78
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	80
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	83
4.1.3 Pengalaman dan Penilaian Responden	84
4.1.3.1 Pengalaman Responden dilihat dari Perolehan Sumber Informasi Mengenai Katering Bandung Milk Center	84
4.1.3.2 Pengalaman Responden dilihat dari Tahun Awal Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	85
4.1.3.3 Pengalaman Responden dilihat dari Frekuensi Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	86
4.1.3.4 Penilaian Responden dilihat dari Alasan Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	87
4.1.3.5 Pengalaman Responden dilihat dari Rata – rata Jumlah Pax Yang Dipesan	89
4.1.3.6 Pengalaman Responden dilihat dari Rata – rata Jumlah Nominal Pemesanan	90

4.2 Gambaran Umum Variabel	91
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan	
Bauran Pemasaran Jasa	91
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai	
Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa	
Berdasarkan <i>Product</i>	91
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai	
Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa	
Berdasarkan <i>Price</i>	95
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai	
Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa	
Berdasarkan <i>Promotion</i>	97
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai	
Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa	
Berdasarkan <i>People</i>	100
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai	
Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa	
Berdasarkan <i>Process</i>	103
4.2.1.6 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen	
Katering Bandung Milk Center Mengenai	
Bauran Pemasaran Jasa Yang Dirasakan	106
4.3 Gambaran Kepuasan Konsumen Yang Menggunakan Jasa	
Katering Bandung Milk Center	108
4.3.1 Gambaran Kepuasan Konsumen Katering Bandung	
Milk Center Berdasarkan <i>Product</i>	109
4.3.2 Gambaran Kepuasan Konsumen Katering Bandung	
Milk Center Berdasarkan <i>Price</i>	111

4.3.3	Gambaran Kepuasan Konsumen Katering Bandung	
	Milk Center Berdasarkan <i>Promotion</i>	112
4.3.4	Gambaran Kepuasan Konsumen Katering Bandung	
	Milk Center Berdasarkan <i>People</i>	113
4.3.5	Gambaran Kepuasan Konsumen Katering Bandung	
	Milk Center Berdasarkan <i>Process</i>	114
4.3.6	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Katering Bandung	
	Milk Center Atas Bauran Pemasaran Jasa	116
4.4	Analisa Data	120
4.4.1	Koefisien Determinasi	120
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	121
4.5	Uji Hipotesis	123
4.5.1	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara	
	Simultan F	123
4.5.2	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial	
	Uji t	124
4.6	Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Bauran	
	Pemasaran Jasa	127
4.6.1	<i>Product</i>	127
4.6.2	<i>Price</i>	127
4.6.3	<i>Promotion</i>	128
4.6.4	<i>People</i>	129
4.6.5	<i>Process</i>	130
4.7	Implikasi Hasil Temuan Peneliti	130
4.7.1	Implikasi Temuan Bersifat Teoritis	130
4.6.2	Implikasi Temuan Bersifat Empiris	131
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	132

Desi Seppita Ilyas, 2015

UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN KATERING BANDUNG MILK CENTER MELALUI BAURAN PEMASARAN JASA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	137

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung Tahun 2010 – 2013	2
Tabel 1.2	Jumlah Pendapatan Katering Bandung Milk Center Tahun 2009 – 2013	4
Tabel 3.1	Operasional Variabel	54
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	63
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Validitas Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	69
Tabel 3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	72
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Pengaruh Bauran Pemasaran jasa Di Katering Bandung Milk Center	73
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Perusahaan/Lembaga..	78
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	82
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	83
Tabel 4.6	Karakteristik Respoden Berdasarkan Sumber Informasi	84
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Awal Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	85

Desi Seppita Ilyas, 2015

UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN KATERING BANDUNG MILK CENTER MELALUI BAURAN PEMASARAN JASA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	86
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Jasa Katering Bandung Center	88
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Jumlah Pax Yang di Pesan	89
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Jumlah Nominal Yang Dipesan	90
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Berdasarkan Apa Yang Dirasakan Terhadap <i>Product</i>	92
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Berdasarkan Apa Yang Dirasakan Terhadap <i>Price</i>	95
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Berdasarkan Apa yang Dirasakan Terhadap <i>Promotion</i>	98
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Berdasarkan Apa yang Dirasakan Terhadap <i>People</i>	101
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Berdasarkan Apa Yang Dirasakan Terhadap <i>Process</i>	104
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Katering Bandung Milk Center Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Yang Dirasakan	109
Tabel 4.18	Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Dilihat	

	Dari <i>Product</i>	111
Tabel 4.19	Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Dilihat	
	Dari <i>Price</i>	112
Tabel 4.20	Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Dilihat	
	Dari <i>Promotion</i>	114
Tabel 4.21	Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Dilihat	
	Dari <i>People</i>	113
Tabel 4.22	Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Dilihat	
	Dari <i>Process</i>	118
Tabel 4.23	Rekapitulasi Tanggapan Kepuasan Konsumen Katering Bandung Milk Center Atas Bauran Pemasaran Jasa	119
Tabel 4.24	Output Koefisien Korelasi Dan Determinasi Pengaruh Antara Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	120
Tabel 4.25	Output Koefisien Regresi Linier Berganda	122
Tabel 4.26	Output Anova Pengujian Simultan (F)	123
Tabel 4.27	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Simultan F	124
Tabel 4.28	Output Koefisien Parsial t	124
Tabel 4.29	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Parsial t	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Statistik Pendapatan Katering Bandung Milk Center Tahun 2009 – 2013	5
Gambar 1.2	Keluhan Konsumen Katering Bandung Milk Center	5
Gambar 2.1	Jenis – Jenis Usaha Jasa Boga/Katering	21
Gambar 2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	49
Gambar 2.4	Paradigma Pemikiran	50
Gambar 4.1	Nasi Box Katering Bandung Milk Center	78
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Peusahaan/Lembaga	79
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	82
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan ..	84
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	85
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Awal Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	86
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	87
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Jasa Katering Bandung Milk Center	88
Gambar 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Jumlah Pax Yang di Pesan	90
Gambar 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Jumlah	

Desi Seppita Ilyas, 2015

UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN KATERING BANDUNG MILK CENTER MELALUI BAURAN PEMASARAN JASA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Nominal Pemesanan	91
Gambar 4.13 Garis Kontinum <i>Product</i> Yang Dirasakan	94
Gambar 4.14 Garis Kontinum <i>Price</i> Yang Dirasakan	97
Gambar 4.15 Garis Kontinum <i>Promotion</i> Yang Dirasakan	100
Gambar 4.16 Garis Kontinum <i>People</i> Yang Dirasakan	103
Gambar 4.17 Garis Kontinum <i>Process</i> Yang Dirasakan	106
Gambar 4.18 Garis Kontinum Bauran Pemasaran Jasa Yang Dirasakan	108
Gambar 4.19 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen Atas Bauran Pemasaran Jasa Yang Dirasakan	118
Gambar 4.20 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen Atas Bauran Pemasaran Jasa Yang Diharapkan	119