

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan	13
1.3.1 Maksud	13
1.3.2 Tujuan	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	16
2.1. Kajian Pustaka	16
2.1.1 Pengertian Pariwisata Dan Kepariwisata	16
2.1.2 Restoran	20
2.1.2.1 Definisi Restoran	20

2.1.2.2 Produk Restoran	21
2.1.2.3 Konsep Restoran	23
2.1.2.4 Pelayanan Restoran	24
2.1.3 Manajemen Pemasaran	26
2.1.4 Konsep Pemasaran	27
2.1.5 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa	28
2.1.6 <i>Marketing Mix</i>	28
2.1.7 Konsep <i>Product</i> (Produk)	32
2.1.7.1 Definisi Produk	32
2.1.7.2 Sifat Produk	34
2.1.7.3 Klasifikasi Produk	36
2.1.8 Konsep <i>Price</i> (Harga)	36
2.1.8.1 Pengertian Kebijakan Harga	37
2.1.8.2 Tujuan Penetapan Harga	37
2.1.8.3 Peranan Harga	39
2.1.8.4 Harga Berdasarkan Pandangan Konsumen	41
2.1.9 Konsep <i>Place</i> (Lokasi)	41
2.1.9.1 Pemilihan Lokasi	43
2.1.10 Konsep <i>Promotion</i> (Promosi)	44
2.1.10.1 Definisi Promosi	44
2.1.10.2 Sasaran Promosi	44
2.1.10.3 Fungsi Promosi	46
2.1.10.4 Pengertian Bauran Promosi	47

2.1.11 Konsep <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	51
2.1.12 Konsep <i>People</i> (Sumber Daya Manusia)	52
2.1.13 Konsep <i>Process</i> (Proses)	53
2.1.14 Kepuasan Konsumen	54
2.1.14.1 Memahami Perilaku Konsumen	54
2.1.14.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	54
2.1.15 Pengertian Strategi Pemasaran.....	56
2.2 Kerangka Pemikiran	61
2.3 Hipotesis	68
2.3.1 Hipotesis Mayor	69
2.3.2 Hipotesis Minor	69
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu	70
BAB III METODE PENELITIAN	71
3.1 Objek Penelitian	71
3.2 Subjek Penelitian	71
3.3 Metode Penelitian	71
3.4 Populasi Dan Sampel	72
3.4.1 Populasi	72
3.4.2 Sampel	73
3.4.2.1 Tehnik Penarikan Sampel	75
3.5 Operasional Variabel	76
3.6 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	82
3.6.1 Sumber Data	82

3.6.2 Metode Pengumpulan Data	83
3.7 Teknik Pengolahan Data	84
3.8 Teknik Analisis Data	85
3.8.1 Analisis Deskriptif	85
3.8.2 Analisis Kuantitatif	86
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	87
3.9.1 Uji Validitas	87
3.9.2 Uji Reliabilitas	90
3.9.3 Uji Korelasi	93
3.9.3.1 Korelasi Product Moment	93
3.9.3.2 Korelasi Parsial	94
3.9.4 Uji Determinasi	95
3.9.5 Regresi Ganda	96
3.9.6 Uji Linearitas Regresi	97
3.9.7 Uji Signifikan	98
3.9.7.1 Uji Signifikan Seluruhnya (uji F)	98
3.9.7.2 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	98
3.9.8 Uji Hipotesis	99
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	101
4.1 Hasil Penelitian	101
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	101
4.1.1.1 Sejarah Restoran Kambing Bakar Cairo	101
4.1.1.2 Restoran Kambing Bakar Cairo	102

4.1.2 Karakteristik Konsumen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung ..	105
4.1.2.1 Karakteristik Responden	105
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	105
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	106
4.1.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	107
4.1.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	108
4.1.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian	109
4.1.3.1 Variabel Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Kambing Bakar Cairo	109
4.1.4 Strategi Pemasaran	155
4.2 Pengujian Hipotesis	156
4.2.1 Koefisien Korelasi	156
4.2.2 Koefisien Determinasi	160
4.2.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikan Secara Simulan (Uji F).....	160
4.2.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikan Secara Parsial (Uji T)	161
4.2.5 Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda a Prediktor	165
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	166
4.3.1 Analisis Faktor Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung	167
4.3.1.1 Analisis Faktor <i>Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	167
4.3.1.2 Analisis Faktor <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	167
4.3.1.3 Analisis Faktor <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	168
4.3.1.4 Analisis Faktor <i>Place</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	169

4.3.1.5 Analisis Faktor <i>People</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	169
4.3.1.6 Analisis Faktor <i>Process</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	170
4.3.1.7 Analisis Faktor <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	170
4.3.1.8 Analisis Faktor <i>Product, Price, Promotion, Place, People, Process,</i> <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	171
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	172
5.1 Simpulan	172
5.1.1 Simpulan Berdasarkan Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kambing Bakar Cairo Bandung	172
5.1.2 Simpulan Berdasarkan Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kambing Bakar Cairo Bandung	172
5.2 Saran	174
DAFTAR PUSTAKA	xix
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Menurut Pintu Masuk	3
Tabel 1.2 Rekapitulasi dan Daftar Nama Potensi Restoran dan Rumah Makan Berijin Di Kota Bandung	5
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Bandung Periode 2013-2014	10
Tabel 2.1 Faktor- Faktor Dan Variabel Produk Restoran	22
Tabel 2.2 Deskripsi Bentuk dari Bauran Promosi	48
Tabel 2.3 Kajian Terdahulu	70
Tabel 3.1 Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Bandung Periode 2013-2014	73
Tabel 3.2 <i>Proportionate Stratified Random Sampling</i>	76
Tabel 3.3 Operasional Variabel	78
Tabel 3.4 Jenis dan Sumber Data	83
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas	89
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Realiabilitas	92
Tabel 3.7 Interpretasi Derajat Reliabilitas	92
Tabel 3.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	94
Tabel 4.1 Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Periode 2013-2014	105
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	106
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	107
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	108

Tabel 4.6 Warna Dan Penampilan Dari Makanan Yang Menarik	110
Tabel 4.7 Menu Yang Disediakan Banyak Macamnya / Bervariasi	111
Tabel 4.8 Product Yang Diberikan Bersih Dan Sesuai Kematangannya.....	112
Tabel 4.9 Aroma Makanan Yang Sedap Menggugah Selera Makan	113
Tabel 4.10 Temperatur Makanan Saat Disajikan Yang Tepat	114
Tabel 4.11 Porsi Makanan Dan Minuman Sesuai	115
Tabel 4.12 Rasa Makanan Dan Minuman Enak	116
Tabel 4.13 Rekapitulasi Skor <i>Product</i>	117
Tabel 4.14 Variabel <i>Product</i>	118
Tabel 4.15 Harga Yang Dipatok Sesuai Dengan Kualitas Produk	119
Tabel 4.16 Porsi Yang Diberikan Sesuai Dengan Harga	120
Tabel 4.17 Saya Membayar Kewajiban Sesuai Dengan Layanan	121
Tabel 4.18 Rekapitulasi skor Harga	122
Tabel 4.19 Variabel Harga	123
Tabel 4.20 Media Promosi Sangat Menarik	124
Tabel 4.21 Promosi Yang Ada Sangat Mudah Dipahami	125
Tabel 4.22 Rekapitulasi Skor Promosi	126
Tabel 4.23 Variabel Promosi	127
Tabel 4.24 Restoran Kambing Bakar Cairo Memiliki Lokasi Yang Mudah Dijangkau	128
Tabel 4.25 Fasilitas Di Restoran Kambing Bakar Cairo Memadai	129
Tabel 4.26 Rekapitulasi Skor Lokasi	130
Tabel 4.27 Variabel Lokasi	131
Tabel 4.28 Karyawan Berpenampilan Rapih, Bersih dan Menarik	132
Tabel 4.29 Karyawan Memberikan Pelayanan Dan Hidangan Dengan Baik	133

Tabel 4.30 Karyawan Merespon Langsung Yang Diminta Oleh Pelanggan	134
Tabel 4.31 Karyawan Memiliki Sikap Yang Ramah	135
Tabel 4.32 Rekapitulasi Skor <i>People</i>	136
Tabel 4.33 Variabel <i>People</i>	137
Tabel 4.34 Dalam Pemesanan Makanan Prosedurnya Mudah	138
Tabel 4.35 Waktu Menunggu Makanan Dalam Batas Toleransi	139
Tabel 4.36 Rekapitulasi Skor Proses	140
Tabel 4.37 Variabel Proses	141
Tabel 4.38 Nyaman Saat Berada Di Restoran	143
Tabel 4.39 Restoran Memiliki Sarana Dan Prasarana Yang Lengkap	144
Tabel 4.40 Lingkungan Restoran Bersih	145
Tabel 4.41 Rekapitulasi Skor <i>Physical Evidence</i>	145
Tabel 4.42 Variabel <i>Physical Evidence</i>	147
Tabel 4.43 Transformasi Gap	149
Tabel 4.44 Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Yang Dihasilkan Restoran Kabling Bakar Cairo	150
Tabel 4.45 Rekapitulasi Skor Variabel Kepuasan Konsumen	153
Tabel 4.46 Variabel Kepuasan Konsumen	154
Tabel 4.47 Koefisien Korelasi	156
Tabel 4.48 Hasil Pengolahan Data Koefisien Korelasi	157
Tabel 4.49 Koefisien Determinasi	160
Tabel 4.50 Anova Untuk Pengujian Koefisien Regresi Secara Simulan	161
Tabel 4.51 Output Koefisien Regresi	162
Tabel 4.52 Rekapitulasi Uji t (Parsial)	164
Tabel 4.53 Output Persamaan Regresi Linier Berganda	165

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Bandung Periode 2013- 2014	11
Grafik 4.1 Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Bandung Periode 2013- 2014	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Bauran Pemasaran	29
Gambar 2.2 Konsep Penawaran Perencanaan Produk	33
Gambar 2.3 <i>Principles Of Marketing</i>	38
Gambar 2.4 Komponen Bauran Pemasaran	62
Gambar 2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan	66
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian	68