

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.	
2.1 Definisi restoran dan jenis- jenis restoran	9
2.1.1 Definisi Restoran	9
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Konsep Produk	10
2.3.1 Definisi Produk	10
2.3.2 Dimensi Produk	12
2.4 Konsep Harga	13
2.4.1 Definisi Harga	13
2.4.2 Komponen harga	14

2.5	Konsep Lokasi	15
2.5.1	Definisi Lokasi	15
2.5.2	Karakteristik Lokasi	16
2.6	Konsep Promosi	17
2.6.1	Definisi Promosi	17
2.6.2	Elemen – Element Promosi	17
2.7	Konsep partisipan/orang	21
2.7.1	Definisi Partisipan/Orang	21
2.7.2	Element-element yang mempengaruhi partisipan/orang	22
2.8	Konsep Sarana/Bukti Fisik	23
2.8.1	Definisi Sarana/Bukti Fisik	23
2.8.2	Cara Mengolah Bukti Fisik	23
2.8.3	Klasifikasi Bukti Fisik	24
2.9	Konsep Proses	25
2.9.1	Definisi Proses	25
2.9.2	Unsur-Unsur Proses	26
2.10	Loyalitas Konsumen.....	26
2.10.1	Definisi Loyalitas Konsumen	26
2.10.2	Karakteristik Loyalitas Konsumen	27
2.10.3	Jenis – Jenis Loyalitas Konsumen	28
2.11	Pengaruh Bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen	30
2.12	Kajian Empiris	31

2.13 Kerangka Pemikiran	32
2.14 Hipotesis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Operasional Variabel	39
3.4 Sumber data dan Teknik Pengambilan Data	40
3.4.1 Sumber Data	40
3.4.2 Teknik Pengambilan Data	41
3.5 Populasi dan Sampel	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel	44
3.5.3 Teknik sampling	45
3.6 Uji Validasi dan Uji realbilias	45
3.6.1 Uji Validasi	45
3.6.2 Uji realbilias	46
3.6.3 Hasil Pengujian Validasi	47
3.6.4 Hasil Pengujian realbility	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Analisis Methodh of Succesive (MSI)	48
3.7.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	50
3.7.3 Uji Stimulan	51
3.7.4 Uji Korelasi Parsial	53

4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian	54
4.2	Karakteristik Responden	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.5	Karakteristik Responden Pembelian Dalam Satu Bulan	60
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.3	Deskripsi Penelitian	63
4.3.1	Penilaian responden terhadap kualitas makanan dan minuman sesuai dengan keinginan konsumen	63
4.3.2	Penilaian responden terhadap penampilan makanan dan minuman sesuai dengan selera konsumen.....	64
4.3.3	Penilaian responden terhadap harga yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen...	66
4.3.4	Penilaian responden terhadap potongan harga/ diskon sesuai dengan keinginan konsumen.....	67
4.3.5	Penilaian responden terhadap lokasi yang dapat dijangkau oleh transportasi umum dan berada di pusat kota	68
4.3.6	Penilaian responden terhadap jaminan keamanan dan keadaan lingkungan yang baik	70

4.3.7	Penilaian responden terhadap program promosi yang dilakukan dapat menarik konsumen	71
4.3.8	Penilaian responden terhadap program promosi terdapat di media cetak dan media elektronik	72
4.3.9	Penilaian responden terhadap pelayanan karyawan/i sesuai dengan harapan konsumen	74
4.3.10	Penilaian responden terhadap keramahan dan kesopanan karyawan dapat meningkatkan loyalitas konsumen	75
4.3.11	Penilaian responden terhadap pemerilahaan dan kebersihan tata ruang, suasana, desain interior dan eksterior yang sangat baik	76
4.3.12	Penilaian responden terhadap kemudahan dalam proses pelayanan makanan dan minuman sesuai dengan harapan kosnumen.....	78
4.3.13	Penilaian responden terhadap kecepatan dalam proses pelayanan makanan dan minuman sesuai dengan harapan konsumen.....	80
4.3.14	Rekapitulasi penilaian responden terhadap bauran pemasaran	82
4.3.15	Penilaian responden terhadap pembelian produk/jasa secara teratur	86
4.3.16	Penilaian responden terhadap merekomendasi produk/jasa kepada orang lain.....	87

4.3.17	Penilaian responden terhadap penunjukan keunggulan produk/jasa kepada orang lain	88
4.3.18	Rekapitulasi responden terhadap variable loyalitas Konsumen.....	89
4.4	Analisi Data	92
4.4.1	Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen.....	92
4.4.2	Analisis Determinasi	93
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	95
4.5	Uji Hipotesis	96
4.5.1	Analisis Uji Stimulan (f)	96
4.5.2	Analisis Uji Korelasi Parsial (t).....	98
4.6	Hasil Pembahasan Penelitian.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data kunjungan wisatawan yang datang ke Bandung tahun 2011	1
Tabel 1.2	Data Pengunjung dan Omset Restoran Lokomotif Kuliner Bandung	6
Tabel 1.2	Data Pengunjung dan Omset Restoran Lokomotif Kuliner Bandung	6
Tabel 2.2.3	Jenis –Jenis Loyalitas Konsumen yang Berhubungan Dengan Keterikatan Relatif	28
Tabel 2.16	Kajian Empiris	31
Tabel 3.3	Operasional Variable	39
Tabel 3.4.1	Sumber Data	40
Tabel 3.6.3	Data Hasil Pengujian Validasi	47
Tabel 3.6.4	Data Hasil Pengujian Realibilitas	48
Tabel 4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Ulang	60
Tabel 4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.3.1	Penilaian Responden Terhadap Kualitas Makanan dan Minuman yang Sesuai dengan Keinginan Konsumen	63

104	Tabel 4.3.2 Penilaian Responden Terhadap Penampilan Makanan dan Minuman yang Sesuai dengan Selera Kosumen	64
	Tabel 4.3.3 Penilaian Responden Terhadap Harga yang Diberikan Sesuai dengan Pelayanan yang Diberikan Kepada Konsumen	66
	Tabel 4.3.4 Penilaian Responden Terhadap Potongan Harga atau Diskon Sesuai dengan Keinginan Konsumen.....	67
	Tabel 4.3.5 Penilaian Responden Terhadap Lokasi yang Dapat Dijangkau oleh Transportasi Umum dan Berada Di Pusat Kota	68
	Tabel 4.3.6 Penilaian Responden Terhadap Jaminan Keamanan dan Keadaan Lingkungan yang Sangat Baik	70
	Tabel 4.3.7 Penilaian Responden Terhadap Program Promosi yang Dilakukan Dapat Menarik Minat Konsumen.....	71
	Tabel 4.3.8 Penilaian Responden Terhadap Program Promosi yang Di Media Cetak Dan Dimedia Elektronik	73
	Tabel 4.3.9 Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Karyawan dan Karyawati Sesuai dengan Harapan Konsumen	74
	Tabel 4.3.10 Penilaian Responden Terhadap Karamahan dan Kesopanan Karyawan Dapat Meningkatkan Loyalitas Konsumen	75
	Tabel 4.3.11 Penilaian Responden Terhadap Pemeliharaan dan Kebersihan Tata Ruang, Suasana, Desain Interior, Dan Eksterior yang Sangat Baik.....	77
	Tabel 4.3.12 penilaian responden daya tarik tata ruang, suasana, desain interior, dan eksterior dapat membuat konsumen merasa nyaman	78

Tabel 4.3.13	Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Dalam Proses Pelayanan Makanan dan Minuman Sesuai dengan Harapan Konsumen	79
Tabel 4.3.14	penilaian Responden Terhadapkecepatan Dalam Proses Pelayanan Makanan dan Minuman Sesuai dengan Harapan Konsumen.....	81
Tabel 4.3.15	Rekapitulasi Responden Terhadap Bauran Pemasaran	82
Tabel 4.3.16	Penilaian Responden Terhadap Pembelian Produk atau Jasa Secara Teratur	86
Tabel 4.3.17	Penilaian Responden Terhadap Merekomendasi Produk atau Jasa Kepada Orang Lain	87
Tabel 4.3.18	Penilaian Responden Terhadap Penunjukan Keunggulan Produk atau Jasa Kepada Orang Lain	88
Tabel 4.4.1	Tabel Ouput Koefisien Korelasi antara Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Okomotif Kuliner Bandung	89
Tabel 4.4.2	Tabel Output Korelasi Dan Determinasi Pengaruh antara Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	90
Tabel 4.4.3	Tabel Output Analisis Koefisien Regresi Linear	95
Tabel 4.5.1	Tabel Output Anova dan Rekapitulasi Pengujian Stimulan (F)	97
Tabel 4.5.2	Data Output Anova dan Rekapitulasi Pengujian korelasi parsial pengujian uji t	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.16 Hubungan Antara bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	34
Gambar 4.4.1 Gambar Logo Restoran Lokomotif Kuliner	54
Gambar 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan umur	57
Gambar 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan	58
Gambar 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	59
Gambar 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pembelian ulang	61
Gambar 4.2.6 Karakteristik Responden pendapatan	62
Gambar 4.2.15 Garis Kontinum Bauran Pemasaran	85
Gambar 4.2.19 Garis Kontinum Loyalitas Konsumen	

