

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.1.1 Industri Pariwisata	12
2.1.2 Restoran	13
2.1.3 Manajemen Pemasaran	16
2.1.4 Bauran Pemasaran	17
2.1.5 Pengertian Kualitas	18
2.1.5.1 Dimensi Kualitas	19
2.1.6 Pengertian Produk	20
2.1.6.1 Atribut Produk	20
2.1.6.2 Klasifikasi Produk	21
2.1.6.3 Tingkatan Produk	22
2.1.7 Pengertian Kualitas Produk	23
2.1.7.1 Dimensi Kualitas Produk	25

2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	26
2.1.8 Pengertian Harga	26
2.1.8.1 Strategi Harga	27
2.1.8.2 Tujuan Penetapan Harga.....	28
2.1.9 Perilaku Konsumen.....	30
2.1.9.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
2.1.9.2 Keputusan Pembelian	33
2.1.9.3 Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	34
2.1.9.4 Tahapan Keputusan Pembelian	34
2.1.9.5 Dimensi Keputusan Pembelian	37
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.4 Hipotesis	42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	43
3.2.2 Operasional Variabel	44
3.2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.2.3.1 Populasi	47
3.2.3.2 Sampel	47
3.2.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	50
3.2.5.1 Hasil Pengujian Validitas	51
3.2.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	56
3.2.6.1 Analisis Deskriptif Menggunakan Persentase	57
3.2.6.2 Analisis Verifikatif Menggunakan <i>Path Analysis</i>	59
3.2.7 Pengujian Hipotesis	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Che.Co Café and Resto	65
4.2 Karakteristik Responden.....	66
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	67
4.2.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Status	68
4.2.5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan	

Pendidikan Terakhir	68
4.2.6 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	69
4.2.7 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	70
4.2.8 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	70
4.3 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	71
4.3.1 Variabel Kualitas Produk	71
4.3.1.1 Dimensi <i>Performances</i>	72
4.3.1.2 Dimensi <i>Durability</i>	73
4.3.1.3 Dimensi <i>Conformance To Specifications</i>	74
4.3.1.4 Dimensi <i>Features</i>	75
4.3.1.5 Dimensi <i>Reliability</i>	76
4.3.1.6 Dimensi <i>Aesthetics</i>	78
4.3.1.7 Dimensi <i>Perceived Quality</i>	78
4.3.1.8 Dimensi <i>Serviceability</i>	79
4.3.1.9 Rekapitulasi Indikator Kualitas Produk	81
4.3.2 Variabel Harga	84
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	87
4.3.3.1 Dimensi <i>Product Choice</i>	88
4.3.3.2 Dimensi <i>Brand Choice</i>	89
4.3.3.3 Dimensi <i>Dealer Choice</i>	90
4.3.3.3 Dimensi <i>Purchase Timing</i>	91
4.3.3.3 Dimensi <i>Purchase Amount</i>	92
4.3.3.3 Dimensi <i>Payment Method</i>	93
4.3.3.3 Rekapitulasi Indikator Keputusan Pembelian	95
4.4 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Che.Co Café and Resto	97
4.4.1 Pengujian Simultan	97
4.4.2 Pengujian Parsial	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP