

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN HAK CIPTA	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Konsep Kepariwisata dan Wisata Kuliner.....	10
2.1.1.1 Konsep Kepariwisata	10
2.1.1.2 Konsep Wisata Kuliner	14
2.1.1.3 Konsep Food and Beverage	15
2.1.2 Konsep <i>Experiential Marketing</i>	17
2.1.2.1 <i>Dining Experience</i> dalam <i>Marketing Experience</i>	19
2.1.2.2 Konsep dan Definisi <i>Dining Experience</i>	21
2.1.2.3 Atribut-atribut dalam <i>Dining Experience</i>	24
2.1.3 Konsep <i>Behavioral Intention</i>	26
2.1.3.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	26
2.1.3.2 Model <i>Behavioral Intention</i>	27
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Behavioral Intention</i>	28

2.1.3.4 Indikator <i>Behavioral Intention</i>	29
2.1.4 Pengaruh Atribut <i>Dining Experience</i> terhadap Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	29
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	30
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3 Hipotesis.....	37
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	39
3.2.2 Operasional Variabel	40
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	45
3.2.4.1 Populasi.....	45
3.2.4.2 Sampel	45
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	46
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.6 Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.2.6.1 Pengujian Validitas	48
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	53
3.2.7 Rancangan Analisis Data	54
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	54
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	55
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	55
3.2.7.4 Korelasi.....	56
3.2.7.5 Koefisien Determinasi	57
3.2.7.6 Analisis Regresi Linier Berganda	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan The Stone Cafe.....	62
4.1.1 Profil The Stone Cafe	62
4.1.1.1 Identitas The Stone Cafe.....	62
4.1.1.2 Sejarah Singkat The Stone Cafe	62

4.1.1.3 Produk yang Ditawarkan Oleh The Stone cafe.....	63
4.1.2 Profil Responden The Stone Cafe.....	64
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	64
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	65
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	66
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
4.1.3 Profil Responden The Stone Cafe Berdasarkan Pengalaman	67
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	67
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan dengan Teman Berkunjung ke The Stone Cafe	68
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung ke The Stone Cafe.....	69
4.2 Pelaksanaan Atribut <i>Dining Experience</i> di The Stone Cafe	69
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Atribut <i>Dining Experience</i>	69
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Atribut <i>Dining Experience</i> dengan Sub Variabel <i>Food Quality</i>	70
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Atribut <i>Dining Experience</i> dengan Sub Variabel <i>Service Quality</i>	73
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Atribut <i>Dining Experience</i> dengan Sub Variabel <i>Physical Environment</i>	75
4.2.1.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Atribut <i>Dining Experience</i> The Stone Cafe	77
4.3 Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> di The Stone Cafe	78
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Behavioral Intention</i>	78
4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness to Repurchase</i>	79
4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness to Recommend</i> .	79
4.3.1.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness to Purchase More in The Future</i>	80
4.3.1.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i> The Stone Cafe	82
4.4 Pengaruh Atribut <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> di the Stone Cafe.....	83

4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi	84
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	84
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	86
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	86
4.4.1.4 Hasil Pengujian Autokorelasi	88
4.4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas	88
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	89
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)....	90
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Partial (Uji T)	91
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Atribut <i>Dining Experience Terhadap Behavioral Intention</i>	92
4.5 Implikasi Temuan Hasil Penelitian.....	92
4.5.1 Temuan penelitian Bersifat Teoritik	92
4.5.2 Temuan penelitian Bersifat Empirik.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Rekomendasi.....	96
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel		
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung	1
1.2	Jumlah Dan Klasifikasi Restoran, Bar Dan Rumah Makan Di Kota Bandung	2
1.3	Daftar Nama Café dan Resto di Kawasan Dago	3
1.4	Data Kunjungan Konsumen Lokal The Stone Cafe	4
1.5	Tanggapan Konsumen Terhadap The Stone Cafe	6
1.6	Tiga Dimensi yang Berpengaruh Terhadap Dining Experience di The Stone Cafe	7
2.1	<i>Economic Distinction</i>	18
2.2	Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Dining Experience</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	31
3.1	Operasional Variabel	41
3.2	Jenis dan Sumber Data	44
3.3	Hasil Pengujian Validitas Atribut <i>Dining Experience</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	50
3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Atribut <i>Dining Experience</i> Dan <i>Behavioral Intention</i>	54
3.5	Hasil Koefisien Korelasi	57
4.1	Profi Responden The Stone Café Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	64
4.2	Profil Responden The Stone Café Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	66
4.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Food Quality</i> di The Stone Café	70
4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Service Quality</i> di The Stone Café	73
4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Physical Environment</i> di The Stone Café	75
4.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Atribut <i>Dining Experience</i> di The Stone Café	77
4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness To Repurchase</i> di The Stone Café	79

4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness to Recommend</i> di The Stone Café	80
4.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Willingness to Purchase More In The Future</i> di The Stone Café	81
4.10	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Behavioral Intention</i> di The Stone Café	82
4.11	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov	85
4.12	Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas	86
4.13	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	87
4.14	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	88
4.15	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	89
4.16	Hasil Pengaruh Atribut <i>Dining Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di The Stone Café	89
4.17	Hasil Output Anova.....	90
4.18	Hasil Output Koefisien Regresi.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	Hasil Pra Penelitian <i>Behavioral Intention</i> di The Stone Cafe	5
2.1	<i>Characteristic of The Experience</i>	22
2.2	Teori dari <i>Planned Behavior</i>	28
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh Atribut <i>Dining Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	37
2.4	Paradigma Pengaruh Atribut <i>Dining Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	38
3.1	Skor Item Pertanyaan	48
3.2	Regresi Linear Berganda	59
4.1	Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah	65
4.2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	67
4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Teman Berkunjung.....	68
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung.....	69
4.6	Variabel Atribut <i>Dining Experience</i> Dalam Garis Kontinum	78
4.7	Variabel <i>Behavioral Intention</i> dalam Garis Kontinum	83
4.8	Histogram <i>Dependent Variabel Behavioral Intention</i> Wisatawan ke The Stone Café	84
4.9	Normal Probability Plots	85