

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	11
2.1.2 Pengertian Restoran.....	11
2.1.3 Pengertian Bisnis.....	13
2.1.4 Konsep Pemasaran.....	15
2.1.5 Pengertian Promosi.....	21
2.1.6 Bauran Promosi.....	23
2.1.7 Langkah Pengembangan Komunikasi/Promosi yang Efektif.....	38
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	39
2.2 Kajian Empirik Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
2.4 Hipotesis	48

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Oprasional Variabel.....	50
3.4 Populasi dan Sampel.....	54
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.6 Teknik Sampling.....	56
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.8 Teknik Analisis Data.....	59
3.9 Pengujian Alat Instrumen.....	60
3.10 Pengujian Hipotesis.....	64

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan.....	67
4.1.1 Identitas Perusahaan.....	67
4.1.2 Sejarah singkat Ngorea Bistro.....	68
4.1.3 Struktur Organisasi Ngorea Bistro.....	68
4.1.4 Menu yang Ditawarkan Ngorea Bistro.....	69
4.1.5 Fasilitas Pendukung dan Media Promosi Ngorea Bistro.....	73
4.3 Karakteristik Responden.....	78
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	78
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Penghasilan.....	80
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan.....	81
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	82
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi yang Digunakan untuk Mengetahui NgoreaBistro.....	83
4.3 Gambaran Umum Bauran Promosi Berdasarkan Tanggapan Konsumen.....	84

4.3.1 Advertising.....	85
4.3.2 Promosi Penjualan.....	86
4.3.3 Direct Marketing.....	87
4.3.4 Personal Selling.....	88
4.3.5 Public Relations.....	89
4.3.6 Word of Mouth.....	90
4.3.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan dari Variabel Program Promosi.....	92
4.4 Pelaksanaan Keputusan Pembelian Ngorea Bistro.....	94
4.4.1 Indikator Jumlah Pembelian.....	94
4.4.2 Indikator Waktu Pembelian.....	95
4.4.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian di Ngorea Bistro.....	96
4.5 Hasil Uji Asumsi Variabel.....	98
4.5.1 Pengujian Asumsi Regresi.....	98
4.5.2 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	101
4.5.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	102
4.5.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	103
4.5.5 Model Persamaan Regresi Berganda Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	106
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	106
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal.
Tabel		
1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara.....	1
1.2	Data Kunjungan Wisatawan ka Kota Bandung Tahun 2010-2014.....	3
1.3	Restoran dan Cafe yang Menyajikan Makanan Khas Korea di Kota Bandung.....	3
1.4	Pendapatan dan Penjualan.....	4
1.5	Program Promosi Ngorea Bistro Tahun 2015-2016.....	6
1.6	Pembelian Produk Ngorea Bistro oleh Konsumen.....	8
2.1	Macam-macam Tipe Restoran.....	12
2.2	Pengertian bisnis menurut pendapat para ahli.....	14
2.3	Pengertian Pemasaran.....	15
2.4	Definisi Promosi Menurut Ahli.....	21
2.5	Keunggulan dan Kelemahan Berbagai Media Advertising.....	25
2.6	Hasil Penelitian Terdahulu.....	45
3.1	Oprasional Variabel.....	50
3.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	56
3.3	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert.....	58
3.4	Hasil Pengujian Validitas.....	60
3.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	63
3.6	Penafsiran Indeks Korelasi.....	65
4.1	Menu yang Ditawarkan Ngorea Bistro.....	70
4.2	Media Promosi Ngorea Bistro.....	76
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	79
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Penghasilan.....	80

4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan.....	81
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	82
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi yang Digunakan untuk Mengetahui Ngorea Bistro.....	83
4.8	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Advertising.....	86
4.9	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Promosi Penjualan.....	87
4.10	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Direct Marketing.....	88
4.11	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Personal Selling.....	89
4.12	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Puplic Relations.....	90
4.13	Gambaran Responden Terhadap Sub Variabel Word of Mouth.....	91
4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan dari Variabel Program Promosi.....	92
4.15	Gambaran Responden Terhadap Indikator Jumlah Pembelian.....	95
4.16	Gambaran Responden Terhadap Waktu Pembelian.....	95
4.17	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian di Ngorea Bistro.....	96
4.18	Uji Asumsi Multikolinearitas.....	100
4.19	Output Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4.20	Output Tabel ANOVA.....	102
4.21	Output Analisis Koefisien Regresi.....	103

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal.
Tabel		
2.1	Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	18
2.2	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	40
2.3	Proses Keputusan Pembelian.....	42
2.4	Kerangka Pemikiran.....	47
3.1	Contoh Garis Kontinum.....	64
4.1	Struktur Organisasi Ngorea Bistro 2016.....	69
4.2	<i>Dining Area</i> Ngorea Bistro.....	74
4.3	<i>Stand food</i> Ngorea Bistro.....	74
4.4	<i>Furniture</i> Ngorea Bistro.....	75
4.5	Advertising Ngorea Bistro.....	85
4.6	Variabel Program Promosi pada Garis Kontinum.....	93
4.7	Variabel Keputusan Pembelian pada Garis Kontinum.....	97
4.8	Histogram Dependent Variabel.....	99
4.9	Normal Probability Plot.....	99
4.10	Hasil Uji Asumsi Heterokedasitas.....	101

DAFTAR DIAGRAM

No.	Judul Diagram	Hal.
Tabel		
1.1	Penjualan dan Pendapatan Ngorea Bistro.....	5
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	79
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Penghasilan.....	81
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan	82
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	83
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi yang Digunakan untuk Mengetahui Ngorea Bistro.....	84
4.6	Penjualan Ngorea Bistro.....	94