

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1. Kegunaan Teoritis.....	11
2. Kegunaan Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
 HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Pariwisata dan <i>Food and Beverage</i>	12
2.1.1.1 Konsep Pariwisata	12
2.1.1.2 Konsep Wisata Kuliner.....	16
2.1.1.3 Konsep <i>Food and Beverage</i>	17
2.1.2 Inovasi Produk Bagian dari <i>Hospitality and Tourism Marketing</i>	20
2.1.2.1 Konsep <i>Hospitality and Tourism Marketing</i>	20
2.1.2.2 Bauran Pemasaran	23
2.1.2.3 Pengertian Produk.....	25
2.1.2.3.1 Tingkatan Produk.....	26

Novia Paramitha, 2015

PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.2.3.2 Klasifikasi Produk.....	27
2.1.2.3.3 Tipe-Tipe Produk.....	29
2.1.2.4 Konsep Inovasi Produk	30
2.1.2.5 Bentuk Inovasi Produk.....	32
2.1.2.6 Proses Inovasi Produk	33
2.1.2.7 Dimensi Inovasi Produk.....	33
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	34
2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	34
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	35
2.1.3.3 Model Perilaku Konsumen	38
2.1.3.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	39
2.1.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	42
2.1.3.6 Jenis-Jenis Tingkah Laku dalam Keputusan Pembelian.....	44
2.1.3.7 Keputusan Pembelian Konsumen	46
2.1.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	48
2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu Dan Orisinalitas Penelitian.....	49
2.2 Kerangka Pemikiran	53
2.3 Hipotesis	56
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	58
3.1 Objek Penelitian.....	58
3.2 Metode Penelitian	58
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	58
3.2.2 Operasional Variabel.....	60
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	66
3.2.4.1 Populasi	66
3.2.4.2 Sampel	66
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	68

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	69
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	70
3.2.6.1 Pengujian Validitas	71
3.2.6.2 Pengujian Realibilitas	75
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	77
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data	77
3.2.7.2 Uji Hipotesis	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Rumah Makan Bakso Atom Ciputat, Jakarta Selatan	85
4.1.1 Profil Perusahaan	85
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	85
4.1.1.2 Sejarah Singkat Rumah Makan Bakso Atom	85
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	86
4.1.2 Profil Responden Rumah Makan Bakso Atom Ciputat	86
4.1.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.1.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	88
4.1.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
4.1.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	90
4.1.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Tiap Bulan.....	92
4.1.2.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Daerah Asal	93
4.1.2.7 Pengalaman Responden ketika Berkunjung ke Rumah Makan Bakso Atom	94
4.1.2.8 Pengalaman Responden dalam Mengetahui Informasi Mengenai Rumah Makan Bakso Atom.....	95
4.1.2.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk di Rumah Makan Bakso Atom dalam Satu Bulan	96
4.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Inovasi Produk di Rumah Makan	

Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan	98
4.2.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Keunggulan Relatif di Rumah Makan Bakso Atom.....	98
4.2.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Komparabilitas di Rumah Makan Bakso Atom	100
4.2.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Komunikabilitas di Rumah Makan Bakso Atom	102
4.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Inovasi Produk di Rumah Makan Bakso Atom	104
4.3 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan	106
4.3.1 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Produk.....	106
4.3.2 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Merek.....	108
4.3.3 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Pemilihan Penyalur	110
4.3.4 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Penentuan Waktu Pembelian	111
4.3.5 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	114
4.3.6 Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Berdasarkan Metode Pembayaran	115
4.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom	116
4.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.....	118
4.4.1 Hasil Pengujian Uji Klasik dan Regresi	118
4.4.1.1 Hasil Pengujian Auto Korelasi	118

4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	119
4.4.1.3 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	120
4.4.1.4 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	121
4.4.2 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	122
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	123
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	124
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom	125
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	126
4.5.1 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	126
4.5.2 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik	127
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Rekomendasi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perkembangan Wisatawan Nusantara (Wisnus).....	2
Tabel 1.2	Data Wisman dan Wisnus yang Datang Ke DKI Jakarta	3
Tabel 1.3	Data Wisman dan Wisnus yang Datang Ke Kota Jakarta Selatan	4
Tabel 1.4	Data Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Kota Jakarta Selatan.....	4
Tabel 1.5	Data Pesaing/Kompetitor dari Rumah Makan Bakso Atom	6
Tabel 1.6	Data Kunjungan Rumah Makan Bakso Atom.....	7
Tabel 1.7	Data Pembelian Produk Bakso di Rumah Makan Bakso Atom.....	8
Tabel 1.8	Data Inovasi Bakso	8
Tabel 2.1	Tipe-Tipe dari Produk-Produk Konsumen.....	29
Tabel 2.2	Data Terdahulu yang Berkaitan dengan Masalah Penelitian	49
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	65
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Validitas.....	72
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	76
Tabel 3.5	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden Digunakan Untuk Analisis Deskriptif.....	78
Tabel 3.6	Interpretasi Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.1	Produk Bakso yang Ditawarkan Rumah Makan Bakso Atom.....	86
Tabel 4.2	Karakter Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.3	Karakter Konsumen berdasarkan Usia.....	88
Tabel 4.4	Karakter Konsumen berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Tabel 4.5	Karakter Konsumen berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4.6	Karakter Konsumen berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Tiap Bulan	92
Tabel 4.7	Karakter Konsumen berdasarkan Daerah Asal	93
Tabel 4.8	Pengalaman Responden ketika Berkunjung ke Rumah Makan Bakso Atom.....	94
Tabel 4.9	Pengalaman Responden dalam Mengetahui Informasi Mengenai	

Rumah Makan Bakso Atom	95
Tabel 4.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk di Rumah Makan Bakso Atom dalam Satu Bulan	97
Tabel 4.11 Tanggapan Konsumen Terhadap Keunggulan Relatif	98
Tabel 4.12 Tanggapan Konsumen Terhadap Kompabilitas	100
Tabel 4.13 Tanggapan Konsumen Terhadap Komunikabilitas	102
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Inovasi Produk	104
Tabel 4.15 Tanggapan Konsumen Terhadap Pemilihan Produk	107
Tabel 4.16 Tanggapan Konsumen Terhadap Pemilihan Merek	108
Tabel 4.17 Tanggapan Konsumen Terhadap Pemilihan Penyalur	110
Tabel 4.18 Tanggapan Konsumen Terhadap Penentuan Waktu pembelian	112
Tabel 4.19 Tanggapan Konsumen Terhadap Jumlah Pembelian	114
Tabel 4.20 Tanggapan Konsumen Terhadap Metode Pembayaran	115
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Keputusan Pembelian	116
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Autokorelasi Durbin Watson	118
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	122
Tabel 4.24 Ouput Nilai Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	122
Tabel 4.25 Hasil Output Anova	123
Tabel 4.26 Hasil Analisis Koefisien Regresi	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Klasifikasi <i>Food and Beverage Operation</i>	18
Gambar 2.2	Lima Tingkatan Produk.....	26
Gambar 2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
Gambar 2.4	<i>Model of Buyer Behaviour</i>	39
Gambar 2.5	<i>Four Types of Buying Behaviour</i>	44
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	55
Gambar 2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	56
Gambar 3.1	Regresi Berganda	81
Gambar 4.1	Karakter Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin	88
Gambar 4.2	Karakter Konsumen berdasarkan Usia.....	89
Gambar 4.3	Karakter Konsumen berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Gambar 4.4	Karakter Konsumen berdasarkan Pekerjaan	91
Gambar 4.5	Karakter Konsumen berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Tiap Bulan	93
Gambar 4.6	Karakter Konsumen berdasarkan Daerah Asal	94
Gambar 4.7	Pengalaman Responden ketika Berkunjung ke Rumah Makan Bakso Atom.....	95
Gambar 4.8	Pengalaman Responden dalam Mengetahui Informasi Mengenai Rumah Makan Bakso Atom	96
Gambar 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk di Rumah Makan Bakso Atom dalam Satu Bulan	97
Gambar 4.10	Histogram <i>Dependent Variable</i>	119
Gambar 4.11	<i>Normal Probability Plot</i>	120
Gambar 4.12	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	121

Novia Paramitha, 2015

PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

