

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	
HAK CIPTA	
BERITA ACARA	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Kegunaan penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pariwisata	9
2.1.2 Marketing Mix.....	10
2.1.3 Kualitas Produk	16
2.1.4 Tingkat Kesesuaian Harga.....	21

2.1.5 Loyalitas Konsumen	26
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang digunakan	36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	37
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	42
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	47
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	52
3.3.1 Teknik Analisis Data	52
3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian	62
4.1.1 Profil Perusahaan K99 Curry House Bandung	62
4.1.2 Profil Konsumen K99 Curry House Bandung	67
4.2 Gambaran Umum Kualitas Produk	74
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Indikator Penampakan (<i>Appearance</i>) di K99 Curry House Bandung	74
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Indikator Karakteristik Sensori di K99 Curry House Bandung	76
4.3 Gambaran Umum Tingkat Kesesuaian Harga	78
4.4 Gambaran Umum Loyalitas Konsumen	80
4.5 Pengujian Persyaratan Analisis Data (Uji Asumsi Klasik)	82
4.6 Pengujian Hipotesis	88

Titin Maryati, 2015

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KESESUAIAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI K99 CURRY HOUSE BANDUNG**

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

4.6.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	88
4.6.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tingkat Kesesuaian Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	89
4.6.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kesesuaian Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	90
4.6.4 Analisis Regresi Ganda	91
4.6.5 Koefisien Determinasi	93
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	94
4.8 Temuan Hasil Penelitian	99
4.8.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	99
4.8.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	101

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	102
5.2 Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung Menurut Klasifikasinya Tahun 2010-2012	2
1.2	Jumlah Hotel Kunjungan Konsumen K99 Curry House Bandung Tahun 2011-2013	3
1.3	Karakteristik Loyalitas Konsumen K99 Curry House Bandung Dalam 1 (satu) Tahun Terakhir (Maret 2013-Maret 2014).....	4
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3	Jumlah Populasi Kunjungan Konsumen ke K99 Curry House Bandung	43
3.4	Alternatif Jawaban Tiap Item Pertanyaan.....	46
3.5	Koefisien Korelasi	48
3.6	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	49
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
3.8	Kriteria Analisis Deskripsi.....	53
4.1	Menu Makanan di K99 Curry House Bandung	63
4.2	Menu Minuman di K99 Curry House Bandung.....	65
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	70
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	72
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Negara	73
4.9	Tanggapan Responden Mengenai Indikator Penampakan (<i>Appearance</i>) K99 Curry House Bandung.....	74

4.10 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Karakteristik Sensori K99 Curry House Bandung	76
4.11 Rata-rata skor Tiap Ukuran Indikator Kualitas Produk	77
4.12 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesesuaian Harga K99 Curry House Bandung	78
4.13 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen K99 Curry House Bandung	80
4.14 Uji Normalitas Data	82
4.15 Uji Multikolinearitas	83
4.16 Uji Linearitas X_1	84
4.17 Uji Linearitas X_2	85
4.18 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.19 Uji Autokorelasi.....	87
4.20 Anova	90
4.21 Output Koefisien Regresi.....	92
4.22 Model Summary.....	93
4.23 Rata-rata Skor Tiap Ukuran Indikator Kualitas Produk.....	95
4.24 Rata-rata Skor Tiap Ukuran Indikator Tingkat Kesesuaian Harga	96
4.25 Rata-rata Skor Tiap Ukuran Indikator Loyalitas Konsumen	97

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
2.1	<i>The Four Ps of The Marketing Mix</i>	15
2.2	Kerangka Pemikiran.....	33
2.3	Paradigma Penelitian	34
3.1	Rentang Nilai	55
4.1	Rumah Makan K99 Curry House Bandung	63
4.2	Struktur Organisasi	67
4.3	Garis Kontinum indikator Penampakan (<i>Appearance</i>).....	75
4.4	Garis Kontinum Indikator Karakteristik Sensori	76
4.5	Garis Kontinum Kualitas Produk.....	77
4.6	Garis Kontinum Tingkat Kesesuaian Harga	79
4.7	Garis Kontinum Loyalitas Konsumen	81