

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.2.1 <i>Product</i>	14
2.1.2.2 <i>Place</i>	16
2.1.2.3 <i>Promotion</i>	16
2.1.2.4 <i>Price</i>	34
2.1.2.4 <i>Process</i>	35
2.1.2.5 <i>People</i>	36
2.1.2.6 <i>Physical Evidence</i>	37
2.1.3 Loyalitas Konsumen	38
2.1.3.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen	39
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Jasa	39
2.1.3.3 Segmentasi Pasar	45
2.2 Penelitian Terdahulu	47

2.3	Kerangka Pemikiran	49
2.4	Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		53
3.1	Objek Penelitian.....	53
3.2	Metode Penelitian	53
3.3	Operasionalisasi Variabel	54
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	58
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	62
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	63
3.7.1	Uji Validitas	63
3.7.2	Uji Reliabilitas	65
3.7.3	Garis Kontinum.....	67
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
3.7.5	Pengujian Hipotesis	70
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1	Profil Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	73
4.1.1	Struktur Organisasi	75
4.1.2	Produk yang ditawarkan Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	76
4.2	Data Penelitian.....	79
4.2.1	Deskripsi Umum Responden	79
4.2.2	Karakteristik Responden Konsumen Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	80
4.2.2.1	Jenis Kelamin Responden Konsumen.....	80
4.2.2.2	Umur Responden Konsumen	80
4.2.2.3	Pendidikan Responden Konsumen.....	81
4.2.2.4	Pekerjaan Responden Konsumen.....	82
4.2.2.5	Frekuensi Kunjungan Konsumen.....	82
4.2.2.6	Makanan Favorit Konsumen	83
4.2.2.7	Minuman Favorit Konsumen	86

4.3	Tanggapan Konsumen yang Berkunjung ke Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.....	88
4.3.1	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Advertising</i>	88
4.3.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Sales Promotion</i>	90
4.3.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Direct Marketing</i>	91
4.3.4	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Word of Mouth</i>	92
4.3.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap Promosi Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	94
4.4	Tanggapan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	96
4.5	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	98
4.6	Pengujian Hipotesis	99
4.6.1	Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F).....	99
4.6.2	Uji Signifikansi secara Parsial (Uji t)	100
4.7	Model Persamaan Regresi Berganda Program Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	103
4.8	Implikasi Hasil Penelitian.....	103
4.8.1	Temuan Penelitian bersifat Teoritik.....	103
4.8.2	Temuan Penelitian bersifat Empirik	104
	BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Rekomendasi.....	105
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Restoran di Kota Bandung.....	2
Tabel 1.2	Data Pengunjung Suis Butcher Steak House.....	3
Tabel 2.1	Keunggulan dan Kelemahan Berbagai Media <i>Advertising</i>	20
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	53
Tabel 3.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	59
Tabel 3.3	Alternatif Jawaban Menurut Skala <i>Likert</i>	61
Tabel 3.4	Uji Validitas Kuesioner Mengenai Promosi.....	64
Tabel 3.5	Uji Validitas Kuesioner Mengenai Loyalitas Konsumen.....	65
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas Kuesioner Mengenai Promosi.....	66
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas Kuesioner Mengenai Loyalitas Konsumen.....	66
Tabel 3.8	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	71
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden Konsumen.....	80
Tabel 4.2	Umur Responden Konsumen	81
Tabel 4.3	Pendidikan Responden Konsumen.....	81
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden Konsumen	82
Tabel 4.5	Frekuensi Kunjungan Konsumen	83
Tabel 4.6	Makanan Favorit Konsumen	83
Tabel 4.7	Minuman Favorit Konsumen	86
Tabel 4.8	Promosi Dalam <i>Advertising</i> Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	89
Tabel 4.9	Promosi Dalam <i>Sales Promotion</i> Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	90
Tabel 4.10	Promosi Dalam <i>Direct Marketing</i> Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	91
Tabel 4.11	Promosi Dalam <i>Word of Mouth</i> Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung	93
Tabel 4.12	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Promosi.....	94

Tabel 4.13	Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.....	96
Tabel 4.14	Ouput Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.....	99
Tabel 4.15	Hasil Output Anova.....	100
Tabel 4.16	Hasil Analisis Koefisien Regresi.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Data Pengunjung Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung Periode Nopember 2014 – Nopember 2015	4
Gambar 1.2	Program Promosi Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.....	9
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	51
Gambar 3.1	Contoh Garis Kontinum	67
Gambar 3.2	Regresi Berganda.....	69
Gambar 4.1	Program Promosi di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung dalam Garis Kontinum	95
Gambar 4.2	Loyalitas Konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.....	98