

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustakan	14
2.1.1 Pengertian Pariwisata	14
2.1.1.1 Jenis Pariwisata	17
2.1.2 Pengertian Wisata Kuliner	19
2.1.3. Pengertian Restoran	20
2.1.3.1 Jenis Restoran	20
2.2 Kajian Pustaka Teoritis	24
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	24
2.2.1.1 Bauran Pemasaran	25
2.2.2 Pengertian Kualitas	28

2.2.2.1	Kualitas Produk	31
2.2.2.2	Kualitas Pelayanan	36
2.2.2.3	Pelayanan Restoran	39
2.2.3	Loyalitas Pelanggan	43
2.2.3.1	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	44
2.2.3.2	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	46
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	49
2.3	Kajian Empiris	52
2.4	Kerangka Pemikiran	55
2.5	Hipotesis	63

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	65
3.2	Jenis dan Metode Penelitian	67
3.2.1	Jenis Penelitian	67
3.2.2	Metode Penelitian	68
3.3	Operasional Variabel	69
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	75
3.4.1	Sumber Data	75
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	77
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	78
3.5.1	Populasi	78
3.5.2	Sampel.....	79
3.5.3	Teknik Sampling	81
3.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	82
3.6.1	Uji Validitas	83

3.6.1.1. Hasil Pengujian Validitas	85
3.6.2 Uji Reliabilitas	86
3.6.2.1. Hasil Pengujian Reliabilitas	88
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	89
3.7.1 Analisis Deskriptif	89
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	90
3.7.3 Uji Simultan (Uji F)	92
3.7.4 Uji Parsial (Uji t)	94
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	95
3.7.6 Pengujian Hipotesis	95

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	98
4.1.1 Profil Perusahaan	98
4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan	98
4.2 Karakteristik Responden	103
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	103
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	106
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	108
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	110
4.3 Pengalaman Responden	112
4.3.1 Frekuensi Kunjungan Pelanggan <i>Café Ngopi Doeloe</i> Teuku Umar Dalam Waktu Satu Bulan	112
4.3.2 Alasan Responden Berkunjung ke <i>Café Ngopi Doeloe</i> Teuku Umar	114

4.3.3	Pengetahuan Responden Mengenai <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar	116
4.4	Tanggapan Responden Mengenai Gambaran Terhadap Variabel Kualitas Produk, Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Loyalitas Pelanggan.....	118
4.4.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	118
4.4.1.1	Dimensi <i>Flavour</i> (rasa/bau)	119
4.4.1.2	Dimensi <i>Consistency</i> (ketetapan)	121
4.4.1.3	Dimensi <i>Texture/Form/Shape</i>	124
4.4.1.4	Dimensi <i>Visual Appeal</i> (daya penarik mata) ...	126
4.4.1.5	Dimensi <i>Aromatic Appeal</i> (daya penarik bau) .	129
4.4.1.6	Dimensi <i>Temperature</i> (panas/suhu)	131
4.4.1.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	134
4.4.2	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan ...	137
4.4.2.1	Dimensi <i>Tangibles</i> (bukti fisik)	138
4.4.2.2	Dimensi <i>Empathy</i> (empati)	144
4.4.2.3	Dimensi <i>Reliability</i> (reliabilitas)	147
4.4.2.4	Dimensi <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	150
4.4.2.5	Dimensi <i>Assurance</i> (jaminan)	154
4.4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	158
4.4.3	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan .	161
4.4.3.1	Dimensi Pembelian Berulang	162
4.4.3.2	Dimensi Membeli Antar Lini Produk dan Jasa	164
4.4.3.3	Dimensi Mereferensikan Kepada Orang Lain .	167

4.4.3.4	Dimensi Kekebalan Terhadap Pesaing	170
4.4.3.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	173
4.5	Pengujian Hipotesis	176
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	176
4.5.2	Hubungan Kualitas Produk (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	177
4.5.3	Hubungan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	178
4.5.4	Hubungan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	179
4.5.5	Koefisien Determinasi	180
4.5.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan Dengan Uji F	180
4.5.7	Pengujian Hipotesis Secara Parsial Dengan Uji t	181
4.6	Pembahasan Penelitian	183
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	186
5.2	Saran	188
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

1.1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman)	1
1.2	Daftar Cabang <i>Café</i> Ngopi Doeloe Bandung	3
1.3	Data Pengunjung <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung ...	4
1.4	Data Penjualan <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	5
1.5	Karakteristik Loyalitas Konsumen <i>Café</i>	7
1.6	Daftar Keluhan Ketidak Puasan Pelanggan	9
2.1	Kualitas Menurut Perspektif Pelanggan	30
2.2	Penelitian Terdahulu	53
3.1	Operasional Variabel	69
3.2	Jenis Data dan Sumber Data	76
3.3	Skor Alternatif Jawaban	78
3.4	Jumlah Populasi Penggan di <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	79
3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen	85
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	88
3.7	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	89
3.8	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	92
3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi	95
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105

4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	106
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	108
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan ...	110
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Dalam Satu Bulan	112
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	114
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	116
4.9	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Flavour</i> (rasa/bau) Pada <i>café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	119
4.10	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Consistency</i> (ketetapan) Pada <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	121
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Texture/Form/Shape</i> Pada Hidangan Makanan dan Minuman di <i>café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	124
4.12	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Visual Appeal</i> Hidangan Makanan dan Minuman <i>café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	127
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Aromatic Appeal</i> Pada Hidangan Makanan dan Minuman <i>café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	129
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Temperature</i> Hidangan Makanan dan Minuman <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	132
4.15	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	134

4.16	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) Terhadap <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar</i> Bandung	139
4.17	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> (Empati) pada <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	144
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Reliabilitas Karyawan <i>Café</i> <i>Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	147
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap Karyawan <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	151
4.20	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurace</i> (Jaminan) <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	154
4.21	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	158
4.22	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Pembelian Berulang Terhadap <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	163
4.23	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Membeli Antar Lini Produk dan Jasa Terhadap <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar</i> Bandung	165
4.24	Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi <i>Café Ngopi</i> <i>Doeloe Teuku Umar Bandung</i> Kepada Orang Lain	167
4.25	Tanggapan Responden Dimensi Kekebalan Terhadap Pesaing <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	170
4.26	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	173
4.27	Analisis Regresi Berganda	176
4.28	Korelasi Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	178

4.29 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	178
4.30 Korelasi Antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	179
4.31 ANOVA	181
4.32 Hasil Pengujian Hipotesis	182

DAFTAR GAMBAR

2.1 Siklus Pembelian	45
2.2 <i>The Loyalty Pyramid (Hill)</i>	47
2.3 <i>Profit Generator System</i>	48
2.4 Penghubung Loyalitas	52
2.5 Paradigma Kerangka Pemikiran	61
2.6 Kerangka Penelitian	62
3.1 Uji F	93
4.1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
4.2 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
4.3 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	107
4.4 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	109
4.5 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	111
4.6 Grafik Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam Satu Bulan	113
4.7 Grafik Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	115
4.8 Grafik Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai <i>Café Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung</i>	117

4.9	Garis Kontinum Kualitas Produk di <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	137
4.10	Garis Kontinum Kualitas Pelayanan di <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	160
4.11	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan di <i>Café</i> Ngopi Doeloe Teuku Umar Bandung	175