

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Pariwisata	7
2.2.1 Pengertian Pariwisata	7
2.2.2 Daerah Tujuan Wisata (DTW)	8
2.2.3. Komponen Pariwisata	8
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.2.2 Produk (<i>Product</i>)	11
2.2.3 Harga (<i>Price</i>)	13
2.2.4 Lokasi (<i>Place</i>)	14
2.2.5 Promosi (<i>Promotion</i>)	15
2.2.6 Orang (<i>People</i>)	18
2.2.7 Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	21
2.2.8 Proses (<i>Process</i>)	23
2.3 Restoran	25
2.3.1 Pengertian Restoran	25
2.3.2 <i>Specialty Restaurant</i>	25
2.3.3 Spesifikasi <i>Specialty Restaurant</i>	26
2.3.4 Kriteria <i>Speciality Restaurant</i>	26
2.3.5 Macam <i>Speciality Restaurant</i>	27
2.4 Sushi	28
2.4.1 Sejarah Sushi	28
2.4.2 Jenis Sushi	28
2.4.3 Cara mempersiapkan Sushi	29
2.5. Keputusan Pembelian	28
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	31
2.5.2 Tipe Konsumen Restoran	31
2.5.3 Tipe Proses pengambil Keputusan Pembelian	33
2.5.4 Model Keputusan Konsumen	33

2.5.5 Langkah-Langkah Keputusan Konsumen.....	34
2.5.6 Proses Masuknya Informasi.....	36
2.5.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	36
2.5.7 Dimensi Keputusan Pembelian.....	37
2.5.8 Proses Keputusan Konsumen	38
2.5.9 Perilaku Pasca Pembelian	38
2.5.10 Implikasi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	39
2.6 Penelitian Terdahulu	40
2.7 Kerangka Pemikiran.....	41
2.8 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Operasional Variabel.....	47
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel	50
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	51
3.5 Jenis dan Sumber Data	51
3.5 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	51
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Analisis Regresi Berganda.....	56
3.6.2 Analisis Korelasi.....	56
3.6.3 Koefisien Determinasi	57
3.6.4 Uji Simultan (Uji F).....	57
3.6.5 Uji T.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian	59
4.1.1 Profil Hasil Penelitian.....	59
4.1.2 Sejarah Singkat Sushi Boon Dago	60
4.1.2 Gambaran Bauran Pemasaran yang digunakan di Sushi Boon Dago .	60
4.2 Karakteristik Responden.....	70
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	73
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	74
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian	75
4.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian	76
4.3.1 Gambaran Data Tanggapan Responden.....	76
4.4 Pengujian Hipotesis	103

4.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	103
4.4.2 Analisis Korelasi.....	105
4.4.3 Analisis Determinasi.....	106
4.4.4 Uji F	106
4.4.5 Uji T.....	107
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi terhadap koefisien korelasi.....	53
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	61
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan Selama Satu Bulan.....	62
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Cara Pembelian.....	63
Tabel 4.7 Tanggapan responden berdasarkan makanan dan minuman.....	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Makanan dan minuman....	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Rasa Makanan dan Minuman.....	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Berdasarkan Penyajian.....	66
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Berdasarkan Kesesuaian Porsi.....	66
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Berdasarkan Kebersihan Produk.....	67
Tabel 4.13 Rekapitulasi Responden Terhadap Produk.....	68
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Berdasarkan Kesesuaian Harga.....	69
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Berdasarkan Keterjangkauan Harga.....	70
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Harga.....	70
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Berdasarkan Kestrategisan Lokasi.....	72
Tabel 4.18 Responden Berdasarkan Akses Menuju Lokasi.....	73
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Berdasarkan Lokasi.....	73
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi Melalui Media Sosial....	74
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi Melalui <i>Website</i>	74
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi.....	75
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Berdasarkan Ketrampilan Karyawan.....	76
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Berdasarkan Tingkat Wawasan Karyawan.....	76

Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Orang.....	77
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Eksterior.....	78
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Interior dan Layout.....	79
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Berdasarkan Kelengkapan Fasilitas.....	79
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Berdasarkan Kesesuaian Penampilan Pegawai	80
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Berdasarkan Kebersihan Ruang Makan.....	80
Tabel 4.31 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Bukti Fisik.....	81
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Berdasarkan Kecepatan Melayani Tamu.....	82
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Berdasarkan Keramahan Karyawan.....	83
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Berdasarkan Proses Pemesanan.....	83
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Berdasarkan Proses Transaksi Pembayaran.....	84
Tabel 4.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Proses.....	84
Tabel 4.37 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Bauran Pemasaran.....	85
Tabel 4.38 Tanggapan Konsumen Berdasarkan Pemilihan Produk.....	87
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merk.....	88
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Berdasarkan Pemilihan Saluran Pembelian.....	89
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Berdasarkan Waktu Pembelian.....	90
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	91
Tabel 4.43 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan.....	91
Tabel 4.44 Analisis Regresi Berganda.....	93
Tabel 4.45 Analisis Korelasi.....	95
Tabel 4.46 Pedoman interpretasi terhadap koefisien determinasi.....	95
Tabel 4.47 Hasil Uji F.....	96
Tabel 4.48 Hasil Uji T.....	97
Tabel 4.49 Matriks Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Grafik	Wisatawan	Kota	Bandung	1
2016.....						
Gambar	1.2	Penjualan Sushi Boon Dago 2016.....				4
Gambar	2.1	Service Marketing Valerie Zeithaml & Mary Jo Bitner.....				10
Gambar	2.2	Model keputusan konsumen.....				30
Gambar	2.3	Kerangka pemikiran.....				40
Gambar	3.1	Hubungan	Variabel	Independen-		43
Dependen.....						
Gambar	4.1	Responden Sushi Boon Berdasarkan Jenis Kelamin.....				59
Gambar	4.2	Diagram	Responden	Sushi	Boon	60
Dago Berdasarkan Usia.....						
Gambar	4.3	Responden	Penelitian	Berdasarkan		61
Pekerjaan.....						
Gambar	4.4	Responden	Penelitian	Berdasarkan	Pendapatan/	62
Saku.....						
Gambar	4.5	Karakteristik	Responden	Berdasarkan	Frekuensi	63
Pembelian.....						
Gambar	4.6	Frekuensi	Responden	Berdasarkan	Cara	64
Membeli.....						
Gambar	4.7	Garis	Kontinum	Produk	di	69
Sushi Boon Dago.....						
Gambar	4.8	Garis	Kontinum	harga	di	72
Sushi Boon Dago.....						
Gambar	4.9	Garis Kontinum Lokasi di Sushi Boon Dago.....				74
Gambar	4.10	Garis	Kontinum	Promosi	di	76
Sushi Boon Dago.....						
Gambar	4.11	Garis	Kontinum	Orang	di	79
Sushi Boon Dago.....						

Dago.....	
Gambar 4.11 Garis Kontinum Bukti Fisik di Sushi Boon Dago.....	82
Gambar 4.13 Garis Kontinum Proses di Sushi Boon Dago.....	85
Gambar 4.14 Garis Kontinum Bauran Pemasaran di Sushi Boon Dago.....	87
Gambar. Garis Kontinum Keputusan Pembelian di Sushi Boon Dago.....	92

