

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA</b> <b>PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN</b> <b>KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR</b> <b>ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA</b> <b>PEMIKIRAN.....</b>	<b>9</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pariwisata.....	9
2.2 <i>Food Court</i> .....	11





3.6.5	Teknik	Penarikan
Sampel.....		55
3.7	Rancangan Pengujian Validitas dan	Realibilitas
.....		56
3.7.1	Uji	Validitas
.....		56
3.7.2		Uji
Reliabilitas.....		58
3.8	Teknik Analisis Data.....	60
3.8.1	Rancangan	Analisis
Deskriptif.....		61
3.8.2	Rancangan Analisis Verifikatif.....	62
3.9	Pengujian	
Hipotesis.....		64
3.10	Koefisien	
Determinasi.....		66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>67</b>
4.1	Hasil	Penelitian
.....		67
4.1.1	Gambaran	UmumHasil
Penelitian.....		67
4.1.2		Data
Pedagang.....		69
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	69
4.2.1	Karakteristik Responden.....	69
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan	Jenis
Kelamin.....		70
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan	
Usia.....		70
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan	Pendidikan
Terakhir.....		71

4.2.1.4	Karakteristik	Responden	Berdasarkan		
Pekerjaan.....					72
4.2.1.5	Karakteristik	Responden	Berdasarkan	Pengeluaran	Makan per
Bulan.....					73
4.2.1.6	Karakteristik		Responden		Berdasarkan
Domisili.....					73
4.3	Hasil Pengujian Deskriptif.....				74
4.3.1	Tanggapan	Responden	Mengenai	Variabel	Diferensiasi
Produk.....					74
4.3.1.1	Tanggapan	Responden	Terhadap	Dimensi	Fitur
( <i>Feature</i> ).....					74
4.3.1.2	Tanggapan	Responden	Terhadap	Dimensi	Bentuk
( <i>Form</i> ).....					76
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mutu Kinerja				
( <i>Performance quality</i> ).....					77
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mutu Kesesuaian				
( <i>conformance</i> .....				<i>quality</i> )	78
4.3.1.5	Tanggapan	Responden	Terhadap	Dimensi	Ketahanan
( <i>Durability</i> ).....					79
4.3.1.6	Tanggapan	Responden	Terhadap	Dimensi	Keandalan
( <i>Realibility</i> ).....					81
4.3.1.7	Tanggapan	Responden	Terhadap	Dimensi	Desain
( <i>Design</i> ).....					82
4.3.1.8	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel				
Diferensiasi Produk.....					83
4.3.2	Tanggapan Loyalitas Konsumen dan Dimensinya Pada Responden				
di <i>Food Court Angel Place</i>				Geger Kalong Bandung	
.....					86

4.3.2.1	Dimensi <i>Repeat Purchase</i> .....	87
4.3.2.2	Dimensi <i>Purchase across product line</i> .....	88
4.3.2.3	Dimensi <i>Refers Others</i> .....	89
4.3.2.4	Dimensi <i>Demonstrates an Immunity to the Full of competition</i> .....	91
4.3.2.5	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen.....	92
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	97
4.6	Pengujian Hipotesis.....	98
4.7	Koefisien Determinasi.....	100
4.8	Pembahasan Penelitian.....	100
4.8.1	Pembahasan Diferensiasi	
		ix
	Produk.....	100
4.8.2	Pembahasan Konsumen.....	101
4.8.3	Pembahasan Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Konsumen.....	102
4.9	Implikasi Penelitian.....	103

4.9.1	Temuan	Penelitian	Bersifat
Teoritis.....	103		
4.9.2	Temuan	Penelitian	Bersifat
Empiris.....	104		
4.10	Implikasi Hasil Penelitian Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Food Court Angel Place Geger Kalong Bandung		
	Pada	Program	Studi
	Manajemen	Industri	
Katering.....	105		
<b>BAB</b>	<b>V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	<b>DAN</b>
<b>SARAN.....</b>	<b>107</b>		
5.1 Kesimpulan.....	107		
5.2			
Saran.....	108		

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

No Gambar	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data <i>Food Court</i> di Bandung.....	1
1.2	Data <i>Food Court</i> di Wilayah Geger Kalong Bandung.....	2
1.3	Data Pengunjung di Food Court Angel Place Geger Kalong Bandung Periode Januari s/d Desember 2016.....	4
1.4	Pendapatan Laba Bersih <i>Food Court Angel Place</i> Geger Kalong Bandung, Periode Januari 2016 s/d Desember 2016.....	4
1.5	Data Pengunjung <i>Repeat Buying</i> di <i>Food Court Angel Place</i> GegerKalong Bandung, Periode Januari 2016 s/d Desember 2016.....	6
2.4	Data Jurnal dan Skripsi Terdahulu.....	40
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2	Sumber Data.....	50
3.3	Hasil Uji Validitas Produk (X).....	57
3.4	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	58
3.5	Hasil Uji Realibilitas Variabel Diferensiasi Produk (X).....	60
3.6	Hasil Uji Realibilitas Variabel Diferensiasi Produk (Y).....	60
3.7	Skor Alternatif Jawaban.....	61
3.8	Kriteria Penafsira Hasil Perhitungan Responden.....	62
3.9	Taraf Signifikansi.....	64
3.10	Skor Alternatif Jawaban.....	66



4.1	Data Food Court di Wilayah Geger Kalong Bandung (sampai dengan Bulan Desember 2016).....	68
4.2	Data Pedagang <i>Food Court Angel Place</i> Geger Kalong Bandung (sampai dengan bulan Desember 2016).....	69
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Makan Per Bulan.....	73
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	73
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimesi Fitur ( <i>Feature</i> ).....	75
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimesi Bentuk ( <i>Form</i> ).....	76
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mutu Kinerja ( <i>performance quality</i> ).....	77
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mutu Kesesuaian ( <i>conformance quality</i> ).....	78
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Ketahanan ( <i>Durability</i> ).....	80
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Keandalan ( <i>Reability</i> ).....	81
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Dimesi Desain ( <i>Design</i> ).....	82
4.16	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Diferensiasi Produk.....	83

4.17	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Repeat Purchase</i> .....	87
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Purchase across product line</i> .....	89
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Refers Others</i> .....	90
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Immunity to the full of competiion</i> .....	91
4.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen.....	93
4.22	Output Hasil Uji Normalitas .....	96
4.23	Output Linieritas Data.....	97
4.24	Output Hasil Koefisien Regresi.....	97
4.25	Output Tabel Anova.....	98
4.26	Output Hasil Standard Devitiaton.....	99
4.27	Output Hasil Summary.....	99

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	4 P Bauran Pemasaran.....	19
2.2	Piramida Loyalitas.....	33
2.3	Piramida Pelanggan.....	36
2.4	Kerangka Pemikiran.....	43
4.2	Loyalitas Konsumen di Food Court Angel Place Geger Kalong Bandung dalam Garis Kontinum.....	95

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran A. Dokumentasi Penelitian**

**Lampiran B. Kuisisioner Penelitian**

**Lampiran C. Koding Data Kuisisioner**

**Lampiran D. Rekapitulasi Data**

**Lampiran E. Hasil Analisis Data di Window SPSS 16**

**Lampiran F. Lembar Bimbingan Skripsi**

**Lampiran G. Biodata Penulis**