

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep Kepariwisataaan	9
2.1.2 Konsep Wisata Kuliner	11
2.1.3 Konsep Produk	14
2.1.3.1 Bauran Produk	16
.....	
2.1.3.2 Klasifikasi Produk	16
2.1.4 Konsep <i>Product Image</i>	17
.....	
2.1.5 Konsep <i>Food Image</i>	19
2.1.5.1 Dimesi <i>Food Image</i>	20
2.1.6 Konsep <i>Behavioral Intention</i>	22
.....	
2.1.6.1 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	23

2.1.7 Pengaruh <i>Food Image</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	24
2.1.8 Orisinalitas Penelitian.....	25
.....	
2.2 Kerangka Pemikiran	26
2.3 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metodologi Penelitian.....	36
3.2.1 Jenis penelitian dan metode yang digunakan	36
3.2.2 Operasional Variabel	36
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	42
3.2.4.1 Populasi	42
3.2.4.2 Sampel.....	43
3.2.4.3 Teknik Sampling	43
3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.5 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas	44
3.2.5.1 Hasil Uji Validitas.....	45
3.2.5.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
3.2.6 Rancangan Analisis Data.....	50
3.2.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	50
3.2.6.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	50
3.2.6.3 Analisis Uji Asumsi Regresi	54
3.2.6.4 Pengujian Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Sudirman <i>Street Day & Night Market</i> dan Kosumen Sudirman	
<i>Street Day & Night Market</i>	59
4.1.1 Profil Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	59
4.1.1.1 Identitas Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	59
4.1.1.2 Sejarah Singkat Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	59

4.1.2	Karakteristik konsumen Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	61
4.1.2.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	61
4.1.2.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	62
4.1.2.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	63
4.1.2.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili	65
4.1.2.5	Karakteristik konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Alasan Berkunjung.....	65
4.1.2.6	Karakteristik konsumen Berdasarkan Media Informasi.....	66
4.1.2.7	Karakteristik konsumen Berdasarkan Citran Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	67
4.1.2.8	Karakteristik konsumen Berdasarkan Biaya yang Keluar Ketika Berada di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i> ...	68
4.2	Pelaksanaan <i>Food Image</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	68
4.2.1	Pelaksanaan <i>Food Image</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	68
4.2.1.1	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Food Safety</i>	69
4.2.1.2	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Food Quality</i>	70
4.2.1.3	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Attractiveness of Food</i>	71
	
4.2.1.4	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Health Bnefits of Food</i> ...	72
4.2.1.5	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Food Culture</i>	73
4.2.1.6	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Culinary Arts of Food</i>	74
4.2.1.7	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Food Image</i>	75
4.3	Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	77
4.3.1	Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	77
4.3.1.1	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Revisit Intention</i>	77

4.3.1.2	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Willing to Recommend</i>	78
4.3.1.3	Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Willing to pay more</i>	80
4.3.1.4	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	81
4.4	Pengaruh <i>Food Image</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Konsumen Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	83
4.4.1	Hasil Uji Regresi Berganda	83
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	83
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedasitas	85
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Linearitas.....	86
4.4.1.4	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	88
4.4.1.5	Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	89
4.4.1.6	Hasil Uji Asumsi Korelasi dan Koefisien Determinasi	89
4.4.2	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)....	90
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	91
4.4.4	Model Persamaan Regresi Berganda <i>Food Image</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Sudirman <i>Street & Night Market</i>	94
4.5	Implikasi Hasil Temuan	96
4.5.1	Hasil Temuan Secara Teoritik.....	96
4.5.2	Hasil Temuan Secara Empirik	96
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Rekomendasi.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Pendapat Masyarakat Tentang Kota Kuliner Kota Bandung	3
1.2	Daftar Lokasi Kuliner Di kota Bandung	5
1.3	Ulasan Konsumen Yang Pernah Datang Ke Di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	6
2.1	Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Food Image</i> Dan <i>Behavioral Intention</i>	25
3.1	Operasional Variabel	38
3.2	Jenis Dan Sumber Data	42
3.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel X (<i>Food Image</i>)	47
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (<i>Behavioral Intention</i>)	48
3.5	Hasil Pengujian Reabilitas	56
3.6	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	59
4.1	Daftar Nama Food Stall Dan Roda Makanan Di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	60
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	61
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Pekerjaan	62
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Dan Pendapatan	64
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili	65
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Alasan Berkunjung	66
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Media Informasi yang Digunakan	67
4.8	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan Ketika Berada di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	68
4.9	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Food Safety</i>	69
4.10	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Food Quality</i>	70
4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Attractiveness of Food</i>	71
4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Health Benefits of Food</i>	72
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Food Culture</i>	73
4.14	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Culinary Arts of Food</i>	74

4.15 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Food Image</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	75
4.16 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Revisit Intention</i>	78
4.17 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Willing to Recommend</i>	79
4.18 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Willing to Purchase (pay) More</i>	80
4.19 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Behavioral Intention</i> di Sudirman <i>Street Day & Night Market</i>	81
4.20 Hasil pengujian asumsi normalitas	84
4.21 Hasil pengujian asumsi Heteroskedasitas	85
4.22 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Food Safety</i>	86
4.23 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Food Quality</i>	86
4.24 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Attractiveness of Food</i>	87
4.25 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Health Benefits of Food</i>	87
4.26 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Food Culture</i>	87
4.27 Hasil pengujian asumsi Linearitas <i>Culinary Arts of Food</i>	88
4.28 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	88
4.29 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi.....	89
4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
4.31 Hasil Uji Simultan (F).....	90
4.32 Hasil Uji Parsial (T).....	91

DAFTAR GAMBAR

1.1	Pra Penelitian <i>Behavioral Intention</i> Di Sudirman Street & Night Market.	4
2.1	Kerangka Penelitian Pengaruh <i>Food Image</i> Terhadap <i>Behavioral Intention Intention</i>	32
2.2	Paradigma Penelitian Upaya Meningkatkan <i>Behavioral Intention</i> Melalui <i>Food Image</i>	33
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	62
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	63
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	64
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili	65
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Alasan Berkunjung.....	66
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Media Informasi yang Digunakan	67
4.8	Variabel <i>Food Image</i> Pada Garis Kontinum	77
4.9	Variabel <i>Behavioral Intention</i> Pada Garis Kontinum	82
4.10	Histogram Dependen Variabel <i>Behavioral Intention</i> Konsumen Sudirman Street Day & Night Market	83
4.11	<i>Normal Probability Plots</i>	84