

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR.....	III
UCAPAN TERIMAKASIH.....	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Pariwisata	9
2.1.1 Definisi Pariwisata	9
2.1.2 Sektor Industri Pariwisata	9
2.1.3 Definisi Usaha Jasa Boga	10
2.1.4 Jenis-Jenis Usaha Jasa Boga	11
2.2 Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2.2 Bauran pemasaran	12
2.3 Proses Keputusan Pembelian	14
2.4 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Pemikiran.....	19
2.7 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian.....	23

3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	23
3.2.1 Jenis Penelitian	23
3.2.2 Metode Penelitian	24
3.3. Operasional Variabel	24
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel	27
3.4.3 Teknik sampling	27
3.5 Jenis dan sumber data	29
3.6 Teknik pengumpulan data.....	29
3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Teknik analisis data.....	34
3.8.1 Analisis Deskriptif	34
3.8.2 Analisis verifikatif	35
3.8.2.1 Uji asumsi statistik	35
3.8.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	38
3.8.2.3 Mencari koefisien determinasi	39
3.8.3 Pengujian Hipotesis	40
3.8.3.1 Uji F (Uji Keberartian Regresi).....	40
3.8.3.2 Uji T (Uji Keberartian Koefisien Regresi).....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
4.1 Profil perusahaan	42
4.1.1 identitas perusahaan	42
4.1.2 Sejarah singkat Rumah Makan Daun Pisang Bandung	42
4.1.3 Visi Misi	43
4.1.4 Kapasitas dan Fasilitas	43
4.1.5 Struktur organigram Rumah Makan Daun Pisang.....	44
4.2 Karakteristik Responden	44
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
4.3 Analisis Deskriptif	47
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Bauran pemasaran	47
4.3.1.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Peoples</i>	47
4.3.1.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Processes</i>	48
4.3.1.3 Tanggapan Responden terhadap Program	49
4.3.1.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Performancess</i>	50
4.3.1.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Bauran pemasaran .	51
4.3.2 Tanggapan responden teradap Proses Keputusan Pembelian .	52
4.3.2.1 Tanggapan Responden terhadap Pengenalan Kebutuhan	53
4.3.2.2 Tanggapan Responden terhadap Pencarian Informasi	54
4.3.2.3 Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif	56
4.3.2.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.2.5 Tanggapan Responden terhadap Perilaku Pasca Pembelian	58
4.3.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Proses Keputusan Pembelian	59
4.4 Analisis verifikatif	61
4.4.1 Uji Asumsi Statistik	61
4.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	63
4.4.3 Koefisien Determinasi	64
4.5 Pengujian hipotesis	65
4.5.1 Uji F (Keberartian Regresi)	65
4.5.2 Uji T (Uji Keberartian Koefisien Regresi)	66
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Implikasi	67
5.3 Rekomendasi	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal.
1.1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Jawa Barat Tahun 2011-2015.....	2
1.2	Jumlah Usaha Kulner di Jawa Barat Tahun 2015.....	2
1.3	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung Tahun 2010-2015.....	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	18
3.1	Operasional Variabel.....	24
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner Bauran Pemasaran.....	31
3.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian.....	32
3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	33
3.6	Skor Alternatif Jawaban Responden.....	34
3.7	Kriteria Penafsiran Jawaban Responden.....	35
3.8	Rumus Uji Kolmogorov Smirnov.....	36
3.9	Interpretasi Koefisien Guilford.....	39
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	47
4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Peoples</i>	48
4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Processes</i>	49
4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Programs</i>	50
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Performances.....	51
4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran..	52
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Kebutuhan.....	54
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi.....	55
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Evaluasi Alternatif.....	56
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pasca Pembelian.....	58
4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	59

4.17	Hasil Uji Normalitas.....	62
4.18	Hasil Uji Linearitas.....	63
4.19	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
4.20	Nilai Koefisien Korelasi.....	64
4.20	Hasil Uji Keberartian Regresi.....	65
4.21	Hasil Uji Keberartian Koefisien Regresi.....	66

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal.
1.1	Hasil Penjualan Rumah Makan Daun Pisang Tahun 2011 2016.....	6
2.1	Kerangka Pemikiran.....	21
2.2	Paradigma Penelitian.....	22
4.1	Logo Rumah Makan Daun Pisang.....	42
4.2	Struktur Organigram R.M Daun Pisang.....	44
4.3	Garis Kontinum Variabel Bauran Pemasaran.....	53
4.4	Garis Kontinum Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	61
4.5	<i>Output</i> Uji Normalitas Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	61