

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN HAK CIPTA | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| UCAPAN TERIMA KASIH | vi |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS | |
| 2.1 Kajian Pustaka | |
| 2.1.1 <i>Hospitality Management</i> | 10 |
| 2.1.2 Konsep <i>Ethnic Restaurant</i> | 12 |
| 2.1.3 <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 13 |
| 2.1.3.1 Konsep <i>Consumer Ethnocentrism</i> dalam Perilaku Konsumen | 13 |
| 2.1.3.2 Konsep <i>Consumer Ethnocentrism</i> dalam <i>Purchase Behavior</i> | 14 |
| 2.1.3.4 Konsep <i>Consumer Ethnocentrism</i> dalam Faktor <i>Attitude</i> | 17 |
| 2.1.3.4 Definisi <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 17 |
| 2.1.3.5 Dimensi <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 19 |
| 2.1.3.5 Karakteristik <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 19 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.1.4.1 Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen | 20 |

Dwipayani Aulia, 2017

Pengaruh Consumer Ethnocentrism Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Padang Di DKI Jakarta

repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| | |
|---|----|
| 2.1.4.2 Definisi Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.1.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.1.2.4 Jenis Perilaku Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.1.5 Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian | 28 |
| 2.2 Kerangka pemikiran | 31 |
| 2.3 Hipotesis | 36 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Objek Penelitian | 37 |
| 3.2 Metode Penelitian | 38 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan | 38 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel | 38 |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data | 44 |
| 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel | 45 |
| 3.2.4.1 Populasi | 45 |
| 3.2.4.2 Sampel | 46 |
| 3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i> | 46 |
| 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas | 48 |
| 3.2.6.1 Pengujian Validitas | 48 |
| 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas | 52 |
| 3.2.7 Analisis Data | 54 |
| 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif | 54 |
| 3.2.7.1.1 Analisis Statistik Frekuensi | 54 |
| 3.2.7.1.2 Analisis <i>Cross Tabulations</i> | 54 |
| 3.2.7.1.3 Perhitungan Skor Ideal | 54 |
| 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif | 55 |
| 3.2.8 Uji Asumsi | 57 |
| 3.3 Pengujian Hipotesis | 59 |
| 3.3.1 Analisis PLS (Partial Least Square) WRAP PLS | 59 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dwipayani Aulia, 2017

Pengaruh Consumer Ethnocentrism Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Padang Di DKI Jakarta

repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| | |
|---|----|
| 4.1 Profil Perusahaan .. | 60 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan .. | 60 |
| 4.1.1.1 Identitas Perusahaan..... | 60 |
| 4.1.1.1.1 Identitas Restoran Sederhana | 60 |
| 4.1.1.1.2 Identitas Restoran Pagi Sore | 62 |
| 4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan | 63 |
| 4.1.1.2.1 Sejarah Singkat Restoran Sederhana..... | 63 |
| 4.1.1.2.2 Sejarah Singkat Restoran Pagi Sore | 64 |
| 4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan | 65 |
| 4.1.1.3.1 Produk dan Jasa yang Ditawarkan | |
| Restoran Sederhana | 65 |
| 4.1.1.3.2 Produk dan Jasa yang Ditawarkan | |
| Restoran Pagi Sore..... | 66 |
| 4.1.1.4 Struktur Organisasi | |
| 4.1.1.4.1 Struktur Organisasi Restoran Sederhana..... | 67 |
| 4.1.1.4.2 Struktur Organisasi Restoran Pagi Sore | 69 |
| 4.1.2 Karakteristik Kosumen | 69 |
| 4.1.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Pembelian | 69 |
| 4.1.2.2 Keterkaitan Alasan Pembelian dengan | |
| Usia dan Jenis Kelamin | 71 |
| 4.1.2.3 Keterkaitan Rata-rata Penghasilan Konsumen dan | |
| Rata-rata Pengeluaran..... | 73 |
| 4.1.2.4 Keterkaitan Alasan Pembelian dengan | |
| Pekerjaan Konsumen..... | 75 |
| 4.1.2.5 Keterkaitan Alasan Pembelian Konsumen dengan | |
| Jumlah Pembelian | 76 |
| 4.1.2.6 Keterkaitan Alasan Pembelian dengan | |
| Asal Tinggal Konsumen | 78 |
| 4.2 Gambaran <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 79 |
| 4.2.1 Tanggapan akan Dimensi <i>Cognitive</i> | 80 |
| 4.2.2 Tanggapan akan Dimensi <i>Affective</i> | 81 |

| | | |
|---|--|-----|
| 4.2.3 | Tanggapan akan Dimensi <i>Normative</i> | 83 |
| 4.2.4 | Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Consumer Ethnocentrism</i> yang Dirasakan..... | 85 |
| 4.3 | Gambaran Keputusan Pembelian Makanan Padang di DKI Jakarta..... | 88 |
| 4.3.1 | Tanggapan akan Dimensi <i>Product Choice</i> | 89 |
| 4.3.2 | Tanggapan akan Dimensi <i>Brand Choice</i> | 90 |
| 4.3.3 | Tanggapan akan Dimensi <i>Dealer Choice</i> | 91 |
| 4.3.4 | Tanggapan akan Dimensi <i>Purchase Timing</i> | 93 |
| 4.3.5 | Tanggapan akan Dimensi <i>Purchase Amount</i> | 94 |
| 4.3.6 | Tanggapan akan Dimensi <i>Payment Method</i> | 95 |
| 4.3.7 | Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian | 95 |
| 4.4 | Pengujian Hipotesis | 99 |
| 4.4.1 | Hasil Uji Asumsi Regresi | 99 |
| 4.4.1.1 | Hasil Pengujian Asumsi Normalitas | 99 |
| 4.4.1.2 | Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas | 101 |
| 4.4.1.3 | Hasil Pengujian Asumsi Linieritas | 102 |
| 4.4.1.4 | Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas | 103 |
| 4.4.1.5 | Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi | 104 |
| 4.4.2 | Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi | 105 |
| 4.4.3 | Pengujian Hipotesis Regresi Linier Berganda | 106 |
| 4.4.4 | Pengujian Hipotesis melalui Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) | 108 |
| 4.4.5 | Pengujian Hipotesis melalui Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t) | 109 |
| 4.5 | Implikasi Hasil Temuan Penelitian | 112 |
| 4.5.1 | Temuan Penelitian Bersifat Teoritik | 112 |
| 4.5.2 | Temuan Penelitian Bersifat Empirik | 113 |
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 114 |
| 5.2 | Rekomendasi | 115 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| No. | JUDUL | Hal |
|------|--|-----|
| 1.1 | Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Suku Bangsa | 2 |
| 2.1 | Definisi <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 18 |
| 2.2 | Definisi Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.3 | Orisinalitas Penelitian | 28 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel Penelitian | 39 |
| 3.2 | Jenis dan Sumber Data | 45 |
| 3.3 | Hasil Uji Validitas <i>Consumer Ethnocentrism</i> dan Keputusan Pembelian | 50 |
| 3.2 | Hasil Uji Reliabilitas <i>Consumer Ethnocentrism</i> dan Keputusan Pembelian | 53 |
| 3.3 | Interpretasi Koefisien Korelasi | 58 |
| 4.1 | Pengalaman Konsumen Berdasarkan Alasan Pembelian | 69 |
| 4.2 | Keterkaitan Alasan Pembelian dengan Jenis Kelamin dan Usia Konsumen | 71 |
| 4.3 | Keterkaitan Rata-rata Penghasilan Konsumen dengan Rata-rata Pengeluaran | 73 |
| 4.4 | Keterkaitan Alasan Pembelian dengan Pekerjaan Konsumen | 75 |
| 4.5 | Keterkaitan Alasan Pembelian dengan Jumlah Pembelian | 77 |
| 4.6 | Keterkaitan Alasan Pembelian dengan Asal Tinggal Konsumen | 78 |
| 4.7 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Cognitive</i> | 80 |
| 4.8 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Affective</i> | 82 |
| 4.9 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Normative</i> | 84 |
| 4.10 | Rekapitulasi Tanggapan Konsumen terhadap Dimensi <i>Consumer</i> | 85 |

Dwipayani Aulia, 2017

Pengaruh Consumer Ethnocentrism Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Padang Di DKI Jakarta

repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Ethnocentrism

| | | |
|------|--|-----|
| 4.11 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Product Choice</i> | 89 |
| 4.12 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Brand Choice</i> | 90 |
| 4.13 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Dealer Choice</i> | 91 |
| 4.14 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Purchase Timing</i> | 93 |
| 4.15 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Purchase Amount</i> | 94 |
| 4.16 | Tanggapan Konsumen akan Dimensi <i>Payment Method</i> | 95 |
| 4.17 | Rekapitulasi Tanggapan Konsumen terhadap Dimensi Keputusan Pembelian | 96 |
| 4.18 | Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov | 101 |
| 4.19 | Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas | 102 |
| 4.20 | Hasil Pengujian Asumsi Linearitas | 102 |
| 4.21 | Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas | 104 |
| 4.22 | Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi | 105 |
| 4.23 | Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi | 105 |
| 4.24 | Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda | 106 |
| 4.25 | Hasil Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) | 108 |
| 4.26 | Hasil Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t) | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| No | JUDUL | Hal |
|-----|--|-----|
| 1.1 | Kecenderungan Konsumen Asal Sumatera Barat yang Berwisata ke DKI Jakarta dalam Preferensi Makanan Tahun 2017 | 6 |
| 2.1 | Pengaruh Consumer Ethnocentrism terhadap Keputusan Pembelian | 34 |
| 2.2 | Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> terhadap Keputusan Pembelian | 35 |
| 3.1 | Regresi Linier Berganda | 57 |
| 4.1 | Struktur Organisasi Restoran Sederhana | 67 |
| 4.2 | Struktur Organisasi Restoran Pagi Sore | 69 |
| 4.3 | Garis Kontinum <i>Consumer Ethnocentrism</i> | 87 |
| 4.4 | Garis Kontinum Keputusan Pembelian | 98 |
| 4.5 | Histogram <i>Dependent Variabel</i> Keputusan Pembelian Makanan Padang di DKI Jakarta | 99 |
| 4.6 | <i>Normal Probability Plots</i> | 101 |
| 4.7 | Regresi Linear Berganda | 107 |