

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRAC</i> .....	ii
KATA PENGATAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latarbelakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	13
2.1.2 Pengertian Restoran Waralaba.....	14
2.1.3 Pengertian Pemasaran.....	17
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.5 Produk.....	22
2.1.5.1 Pengertian Produk.....	22
2.1.5.2 Tingkatan Produk.....	24
2.1.5.3 Klasifikasi Produk.....	26
2.1.6 Bauran Produk.....	29

2.1.7 Variasi Produk .....	30
2.1.7.1 Pengertian Variasi Produk.....	30
2.1.7.2 Fungsi Variasi Produk .....	34
2.1.7.3 Dimensi Variasi Produk.....	36
2.1.8 Volume Penjualan.....	40
2.1.8.1 Pengertian Volume Penjualan.....	40
2.1.8.2 Faktor-faktor Volume Penjualan.....	42
2.1.9 Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan.....	47
2.1.10 Orisionalitas Penelitian.....	49
2.2 Kerangka Pemikiran.....	50
2.3 Hipotesis.....	56
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	58
3.2 Metode dan Jenis Penelitian.....	59
3.2.1 Jenis Penelitian .....	59
3.2.2 Metode yang Digunakan.....	60
3.2.3 Operasional Variabel.....	62
3.2.4 Jenis dan Sumber Data.....	65
3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	66
3.2.5.1 Populasi.....	66
3.2.5.2 Sampel.....	67
3.2.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	69
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas.....	72

3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	76
3.2.8 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	78
3.2.8.1 Teknik Analisis Data.....	78
3.2.8.2 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	80
3.2.8.3 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	81
3.2.8.4 Rancangan Uji Hipotesis.....	87
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Perusahaan .....	90
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	93
4.2.1 Karakteristik Responden.....	93
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	97
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	98
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	100
4.2.7 Pengalaman Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	102
4.2.7.1 Pengalaman Berdasarkan Lama Mengenal.....	102
4.2.7.2 Pengalaman Berdasarkan Kesan Produk.....	103
4.2.7.3 Pengalaman Berdasarkan Seringnya Berkunjung.....	104
4.2.7.4 Pengalaman Berdasarkan Pengerahuan Jenis Produk Bakmi.....	105
4.2.7.5 Pengalaman Berdasarkan Pengetahuan Jenis Menu Tambahan.....	106
4.3 Hasil Penelitian.....	107
4.3.1 Gambaran Variasi Produk Berdasarkan Responden.....	107

4.3.1.1	Tanggapan Responden terhadap Ukuran Bakmi Jogja Pak Roso.....	107
4.3.1.2	Tanggapan Responden terhadap Harga Bakmi Jogja Pak Roso.....	112
4.3.1.3	Tanggapan Responden terhadap Tampilan Bakmi Jogja Pak Roso.....	117
4.3.1.4	Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Bakmi Jogja Pak Roso.....	124
4.3.2	Gambaran Volume Penjualan Berdasarkan Responden.....	133
4.3.3	Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso .....	135
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	156
5.2	Saran .....	157
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Peringkat Daya Saing Pariwisata Negara ASEN.....	2
1.2	Rekapitulasi dan Daftar Nama Potensi Restoran dan Rumah Makan Berijin di Kota Bandung 2011.....	4
1.3	Perkembangan Volume Penjualan dalam 1 Tahun Terakhir pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	7
1.4	Rekapitulasi Hasil Pra Penelitian kepada 30 Responden (konsumen) pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	9
2.1	Pengertian Pariwisata.....	13
2.2	Definisi Variasi Produk dari Sumber Jurnal.....	33
2.3	Orisionalitas Penelitian.....	49
3.1	Operasional Variabel.....	63
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	66
3.3	Hasil Uji Validitas pada Variabel Variasi Produk (X).....	75
3.4	Hasil Uji Validitas pada Variabel Volume Penjualan (Y).....	76
3.5	Hasil Uji Pengaruh Variasi Produk (X) terhadap Volume Penjualan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	78
3.6	Skor Sistem Pernyataan.....	79
3.7	Kriteria Intrepretasi Skor.....	81
4.1	Karakteristik Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2	Karakteristik Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso Berdasarkan Usia .....	96

4.3	Karakteristik Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso Berdasarkan Pendidikan.....	97
4.4	Karakteristik Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso Berdasarkan Pekerjaan.....	99
4.5	Karakteristik Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso Berdasarkan Pendapatan.....	100
4.6	Informasi Mengenai Lama Mengenal RM. Bakmi Jogja Pak Roso	103
4.7	Pengalaman Berdasarkan Kesan Produk pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	103
4.8	Pengalaman Berdasarkan Kunjungan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	104
4.9	Pengalaman Berdasarkan Pengetahuan Jenis Bakmi pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	105
4.10	Pengalaman Berdasarkan jenis Menu Tambahan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	106
4.11	Tanggapan Responden terhadap Daya Tarik Variasi Ukuran dari setiap Menu.....	108
4.12	Tanggapan Responden terhadap Variasi Menu dari Setiap Menu...	109
4.13	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Ukuran.....	110
4.14	Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga dari Setiap Menu.....	113
4.15	Tanggapan Responden pada Kesesuaian Harga terhadap Kualitas Menu Makanan.....	114
4.16	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	115
4.17	Tanggapan Responden terhadap Variasi dari Warna Tampilan yang	

**Wida Rohayati, 2013**

Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Disajikan.....	118
4.18 Tanggapan Responden terhadap Variasi Garnish (hiasan makanan) dari Setiap Menu.....	119
4.19 Tanggapan Responden terhadap Daya Tarik Tampilan (Penyajian Makanan).....	120
4.20 Tanggapan Responden terhadap Variasi Bahan Baku Makanan.....	121
4.21 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Tampilan.....	122
4.22 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Ukuran terhadap Harga.....	124
4.23 Tanggapan Responden pada Kualitas Bahan Baku terhadap Harga	125
4.24 Tanggapan Responden terhadap Variasi Menu Tambahan (menu lain) terhadap Daya Tarik Pembelian.....	127
4.25 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Garnish (hiasan makanan) pada Setiap Menu Makanan.....	128
4.26 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Warna pada Tampilan Makanan.....	129
4.27 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Menu Makanan telah Memenuhi Keinginan.....	131
4.28 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian...	132
4.29 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Volume Penjualan.....	134
4.30 Matriks Korelasi Interpretasi Sub Variabel Variasi Produk terhadap Volume Penjualan.....	136
4.31 Hasil Pengujian Koefisien Jalur serta Pengaruh Langsung dan Tidak	

Langsung dari Variasi Produk yang Diperoleh Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	138
4.32 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	141
4.33 Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	142
4.34 Matriks Korelasi antar Sub Variabel dengan Volume Penjualan dengan Menggunakan Model Trimming.....	147
4.35 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	153
4.36 Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	154
4.37 Hasil Pengujian Koefisien Jalur serta Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Variasi Produk yang Diperoleh Konsumen RM. Bakmi Jogja Pak Roso.....	154



## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Fluktuasi Volume Penjualan dalam 1 Tahun Terakhir pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso .....	8
2.1	Bauran Pemasaran.....	21
2.2	Alur Produk.....	23
2.3	Tingkatan Produk.....	25
2.4	Kerangka Pemikiran.....	55
2.5	Kerangka Penelitian Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan.....	56
3.1	Macam-macam Statistik.....	60
3.2	Struktur Hubungan Kausal antara X dan Y.....	82
3.3	Diagram Jalur Hipotesis.....	83
3.4	Diagram Jalur Sub Hipotesis Utama.....	84
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	96
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	98
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	99
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	101
4.6	Struktur Hubungan Kausal antara X dan Y.....	136
4.7	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Utama.....	143
4.8	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Model Trimming.....	147