

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Pariwisata .....	12
2.1.2 Industri Jasa Boga .....	12
2.1.3 Pemasaran .....	15
2.1.4 <i>Marketing Mix</i> .....	15
2.1.4.1 <i>Product</i> .....	16
2.1.4.2 <i>Price</i> .....	16
2.1.4.3 <i>Place</i> .....	17
2.1.4.4 <i>Promotion</i> .....	17
2.1.4.5 <i>People</i> .....	20
2.1.4.6 <i>Physical Evidence</i> .....	21
2.1.4.7 <i>Process</i> .....	22
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	22
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	23
2.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.1.8.2 Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian .....	23
2.1.8.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	24
2.1.8.4 Proses Keputusan Pembelian .....	25

2.1.9 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.2 Kajian Empiris Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Objek Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.4 Jenis Penelitian yang Digunakan .....	38
3.5 Populasi dan Sampel .....	39
3.5.1 Populasi .....	39
3.5.2 Teknik Sampling .....	40
3.5.3 Sampel.....	41
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	44
3.8.1 Uji Validitas .....	45
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.9 Teknik Analisis Data dan Hipotesis.....	53
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	54
3.9.2 Analisis Verifikatif.....	55
3.9.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
3.9.2.2 Analisis Korelasi .....	56
3.9.2.3 Koefisien Determinasi.....	58
3.9.3 Pengujian Hipotesis .....	58
3.9.3.1 Uji F (Uji Keberartian Regresi) .....	58
3.9.3.2 Uji t (Uji Keberartian Korelasi) .....	60
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	61
4.1.2 Fasilitas Perusahaan .....	62
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	63
4.2 Analisis Deskriptif .....	64
4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	64

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	69
4.2.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian .....	70
4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Marketing Mix</i> .....	70
4.2.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i> .....	70
4.2.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i> .....	74
4.2.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Place</i> .....	77
4.2.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Promotion</i> .....	80
4.2.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>People</i> .....	83
4.2.2.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Physical Evidence</i> ...	86
4.2.2.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Process</i> .....	90
4.2.2.2 Rekapitulasi Tanggapan Terhadap Variabel <i>Marketing Mix</i> .....	93
4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ...	93
4.2.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	101
4.3 Analisis Verifikatif.....	103
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	103
4.3.2 Analisis Korelasi .....	106
4.3.3 Koefisien Determinasi .....	107
4.4 Uji Hipotesis .....	108
4.4.1 Uji F (Uji Keberartian Regresi).....	108
4.4.2 Uji t (Uji Keberartian Korelasi) .....	109
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	113
5.1 Simpulan .....	113
5.2 Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	xvii