

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN HAK CIPTA	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	
ABSTRAK.....	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
UCAPAN TERIMAKASIH	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	
1.3 Tujuan Penelitian	
1.4 Kegunaan Penelitian.....	
1.4.1 Kegunaan Teoritis	
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	
2.1 Kajian Pustaka.....	
2.1.1 Konsep Kepariwisata.....	
2.1.1.1 Konsep Restoran dalam Industri Pariwisata	
2.1.2 Konsep Pemasaran	
2.1.2.1 Konsep <i>Physical Environment</i> dalam	
<i>Marketing Hospitality and Tourism</i>	
2.1.2.1.1 <i>Marketing Mix</i>	
2.1.2.2 Definisi <i>Physical Environment</i>	
2.1.2.3 Dimensi <i>Physical Environment</i>	
2.1.2.4 Model <i>Physical Environment</i>	
2.1.3 Konsep <i>Customer Satisfaction</i>	
2.1.3.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	

	2.1.3.2	Tipe-tipe <i>Customer Satisfaction</i>
	2.1.3.3	Pengukuran <i>Customer satisfaction</i>
2.1.4		Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
	2.1.5	Hasil Penelitian Terdahulu
2.2		Kerangka Pemikiran
2.3		Hipotesis Penelitian
BAB III OBJEK METODE PENELITIAN		
3.1		Objek Penelitian
3.2		Metode Penelitian
	3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang digunakan
	3.2.2	Operasionalisasi Variabel
	3.2.3	Jenis dan Sumber Data
	3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling
		3.2.4.1 Populasi
		3.2.4.2 Sampel
		3.2.4.3 Teknik Sampling
	3.2.5	Teknik Pengumpulan Data
	3.2.6	Pengujian Validitas dan Reabilitas
		3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas
		3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas
	3.2.7	Rancangan Analisis Data
		3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif
		3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif
		3.2.7.3 Analisis Regresi Berganda
	3.2.8.	Pengujian Hipotesis
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1		Profil, Karakteristik dan Pengalaman Konsumen
	4.1.1	Profil Maja House
		4.1.1.1 Identitas Perusahaan
		4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan
		4.1.1.3 Produk & Jasa yang Ditawarkan

4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Konsumen Maja House
4.1.2.1	Karakteristik Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....
4.1.2.2	Karakteristik Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir.....
4.1.2.3	Karakteristik Konsumen berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....
4.1.2.4	Karakteristik Konsumen berdasarkan Asal Daerah.....
4.1.3	Karakteristik konsumen Berdasarkan Pengalaman
4.1.3.1	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian.....
4.1.3.2	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Sumber Informasi
4.1.3.3	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Frekuensi Pembelian.....
4.1.3.4	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Biaya yang Dikeluarkan.....
4.1.3.5	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Waktu yang Dhabiskan
4.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House.....
4.2.1	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Decoration</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House
4.2.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Spatial Layout</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House
4.2.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Ambience Condition</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House.....

4.2.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House
4.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House
4.3.1	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Decoration</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House
4.3.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Spatial Layout</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House
4.3.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Ambience Condition</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House
4.3.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House
4.4	Kepuasan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i>
4.5	Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap Kepuasan Konsumen
4.5.1	Hasil Pengujian Asumsi Regresi
4.5.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....
4.5.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....
4.5.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas
4.5.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....
4.5.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....
4.5.2	Hasil Uji Korelasi dan Koefisiensi Determinasi
4.5.2.1	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F)
4.5.2.2	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi secara Parsial (Uji t).....
4.5.2.3	Model persamaan Regresi Berganda pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>
4.6	Implikasi Hasil Temuan
4.6.2	Temuan Hasil Penelitian bersifat Empirik

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

5.2 Rekomendasi

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
--------------	--------------	------------

xv

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

*PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang
melakukan dine-in di Maja House)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.1	Data Penilaian Restoran Western Di Kabupaten Bandung Barat.....	2
Tabel 1.2	Data <i>Guest Comment</i>	5
Tabel 1.3	Implementasi <i>Physical Environment</i> di Maja House	7
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran menurut para Ahli.....	14
Tabel 2.2	Definisi <i>Physical Environment</i> menurut para Ahli.....	17
Tabel 2.3	Dimensi <i>Physical Environment</i>	19
Tabel 2.4	Definisi <i>Customer Satisfaction</i> menurut para Ahli.....	21
Tabel 2.5	Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	<i>Operational</i> Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	41
Tabel 3.3	Jumlah Populasi	42
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Validitas	46
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Realibilitas.	49
Tabel 4.1	Karakteristik Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	58
Tabel 4.2	Karakteristik Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.3	Karakteristik Konsumen berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	60
Tabel 4.4	Karakteristik Konsumen berdasarkan Asal Daerah.....	61
Tabel 4.5	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian	62
Tabel 4.6	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Sumber Informasi	63
Tabel 4.7	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Frekuensi Pembelian	64
Tabel 4.8	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Biaya yang Dikeluarkan	65
Tabel 4.9	Karakteristik Konsumen berdasarkan Alasan Pembelian dan Waktu yang Dhabiskan	66
Tabel 4.10	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Decoration</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House	68

Tabel 4.11	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Spatial Layout</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House.....	69
Tabel 4.12	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Ambience Condition</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House.....	71
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) di Maja House	72
Tabel 4.14	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Decoration</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House.....	75
Tabel 4.15	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Spatial Layout</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House	76
Tabel 4.16	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Ambience Condition</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House	77
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i> yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) di Maja House	79
Tabel 4.18	Kepuasan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i>	82
Tabel 4.19	Rekapitulasi Kepuasan Konsumen terhadap <i>Physical Environment</i>	83
Tabel 4.20	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	83
Tabel 4.21	Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.22	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.23	Hasil Uji Linearitas	86
Tabel 4.24	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	87
Tabel 4.25	Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel 4.26	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefesien Determinasi.....	88
Tabel 4.27	Hasil Uji F.....	89
Tabel 4.28	Hasil Uji T.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
Gambar 1.1	Data Kunjungan ke Maja House Tahun 2015-2017	3
Gambar 1.1	Hasili Pra Penelitian Mengenai Kepuasan Konsumen di Maja House.4	4
Gambar 2.1	Model <i>Physical Environment</i>	20
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Maja House	30
Gambar 2.3	Paradigma Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Konsumen Maja House	31
Gambar 3.1	Gambar Regresi Berganda.....	53
Gambar 4.1	Logo Maja House	55
Gambar 4.2	Garis Kontinum <i>Physical Environment</i> di Camping Park Maja House	74
Gambar 4.3	Garis Kontinum <i>Customer Satisfaction</i> di Camping Park Sari Ater Hotel & Resort	81