

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii

### **BAB I        PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9

### **BAB II        KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

2.1 Kajian Pustaka .....	10
2.1.1 Pengertian Restoran .....	10
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	12
2.1.2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian .....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	18
A. <i>Product</i> (Produk) .....	21
B. <i>Price</i> (Harga) .....	24
C. <i>Place</i> (Tempat) .....	28
D. <i>Promotion</i> (Promosi) .....	33
E. <i>People</i> (Orang) .....	38
F. <i>Physical evidence</i> (Bukti Fisik) .....	40
G. <i>Process</i> (Proses) .....	42



4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .	83
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	84
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	86
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	87
4.1.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	88
4.1.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Satu Bulan Terakhir .....	89
4.2	Hasil Penelitian Faktor-faktor Bauran Pemasaran .....	90
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Bauran Pemasaran .....	90
4.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Produk ....	91
4.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	93
4.2.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Tempat ....	95
4.2.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Promosi ...	97
4.2.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Orang .....	100
4.2.1.6	Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik .....	102
4.2.1.7	Tanggapan Responden Terhadap Proses .....	105
4.2.1.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Bauran Pemasaran .....	107
4.3	Hasil Penelitian Keputusan Pembelian .....	110
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk .....	110
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek .....	112
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	114
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian .	115
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Metode	

	Pembayaran .....	116
	4.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	117
	4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	119
	4.4.1 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	120
	4.4.2 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F) .....	121
	4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t) .....	122
	4.4.4 Analisis Regresi Ganda Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian .....	124
	4.4.5 Pembahasan Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian .....	125
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
	5.1 Kesimpulan .....	131
	5.2 Rekomendasi .....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	xv
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara tahun 2007 – 2011 .....	2
Tabel 1.2	Indeks Tendensi Bisnis (ITB) Triwulan II-2011–Triwulan II-2012 dan Perkiraan Triwulan III-2012 Menurut Sektor .....	3
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen Rumah Makan Ibu Haji Cijantung Purwakarta Cabang Kota Bandung Tahun 2008 – 2011 .....	7
Tabel 2.1	Definisi Produk menurut Para Ahli .....	22
Tabel 2.2	Definisi Harga menurut Para Ahli .....	25
Tabel 2.3	Definisi Lokasi menurut Para Ahli .....	28
Tabel 2.4	Definisi Promosi menurut Para Ahli .....	33
Tabel 2.5	Definisi Orang menurut Para Ahli .....	38
Tabel 2.6	Definisi Bukti fisik menurut Para Ahli .....	40
Tabel 2.7	Definisi Proses menurut Para Ahli .....	42
Tabel 2.8	Faktor-faktor yang Meningkatkan Pencarian Informasi Sebelum Pembelian .....	48
Tabel 2.9	Penelitian Terdahulu Berkaitan dengan Masalah Penelitian .....	50
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	59
Tabel 3.2	Sumber Data .....	64
Tabel 3.3	Jumlah Konsumen RM Ibu Haji Cijantung tahun 2008–2011 .....	66
Tabel 3.4	Teknik Penarikan Sampel .....	68
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas Faktor-faktor Bauran Pemasaran .....	71
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	73

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	84
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	86
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	87
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	88
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Satu Bulan Terakhir .....	89
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Produk .....	91
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	93
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Tempat .....	96
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....	98
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Orang .....	100
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik .....	103
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Proses .....	105
Tabel 4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Bauran Pemasaran .....	108
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk .....	110
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek .....	112
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian .....	114
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian .....	115
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran .....	116

Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	118
Tabel 4.22 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	120
Tabel 4.23 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	120
Tabel 4.24 Output ANOVA .....	121
Tabel 4.25 Output Koefisien Regresi .....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pembelian Konsumen : Model Lima Tahap .....	13
Gambar 2.2	Langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian ....	15
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen .....	16
Gambar 2.4	Perluasan Bauran Pemasaran Jasa .....	21
Gambar 2.5	Tiga Tingkat Produk .....	23
Gambar 2.6	Matriks Strategi Harga .....	26
Gambar 2.7	Pilihan Saluran Distribusi Jasa .....	32
Gambar 2.8	Model Pengambilan Keputusan Pembeli .....	46
Gambar 2.9	Kerangka Pemikiran Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ibu Haji Cijantung Purwakarta Cabang Kota Bandung .....	55
Gambar 2.10	Paradigma Penelitian Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian .....	56
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	84
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	87
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	88
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	89
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Satu Bulan Terakhir.....	90



Gambar 4.9	Garis Kontinum Faktor Produk .....	93
Gambar 4.10	Garis Kontinum Faktor Harga .....	95
Gambar 4.11	Garis Kontinum Faktor Tempat .....	97
Gambar 4.12	Garis Kontinum Faktor Promosi .....	99
Gambar 4.13	Garis Kontinum Faktor Orang .....	102
Gambar 4.14	Garis Kontinum Faktor Bukti Fisik .....	104
Gambar 4.15	Garis Kontinum Faktor Proses .....	107
Gambar 4.16	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran .....	109
Gambar 4.17	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	119