

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

Hal.

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	8

2.1.1.1 Bauran Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas .....	13
2.1.2.2 Pengertian Jasa.....	14
2.1.2.3 Karakteristik Jasa .....	16
2.1.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.3 Konsep Promosi .....	20
2.1.3.1 Promosi .....	20
2.1.3.2 Bauran Promosi.....	21
2.1.3.3 Tujuan Promosi .....	25
2.1.4 Konsep Keputusan Pembelian .....	27
2.1.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	28
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian .....	31
2.1.5 Hubungan Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3 Hipotesis .....	48

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	49
---------------------------	----

3.2 Metode Penelitian .....	49
3.3 Populasi dan Sampel .....	50
3.3.1 Populasi .....	50
3.3.2 Sampel .....	53
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6 Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.6.1 Validitas .....	58
3.6.2 Reliabilitas .....	59
3.7 Rancangan Analisis data .....	64
3.7.1 Menentukan Persamaan Regresi Linear Ganda .....	64
3.7.2 Pengujian Hipotesis .....	65

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	70
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	70
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian .....	71
4.1.3 Karakteristik Responden .....	71

4.2 Gambaran Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Karakteristik Responden .....	77
4.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian .....	83
4.3.1 Kualitas Pelayanan.....	83
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Bukti Fisik Restoran .....	85
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Ketanggapan Restoran .....	88
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Keandalan Restoran .....	91
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Jaminan Restoran .....	93
4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Empati Restoran .....	96
4.3.1.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	97
4.3.2 Promosi .....	100
4.3.2.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Promosi Di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	110
4.3.3 Keputusan Pembelian.....	113
4.3.3.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Promosi Di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	120
4.4 Pengujian Hipotesis .....	123

4.4.1 Koefisien Korelasi Ganda dan koefisien determinasi .....	123
4.4.2 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan	
(uji F) .....	124
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan	
(uji T) .....	127
4.4.4 Model Persamaan Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	129
4.4.5 Koefisien Determinasi .....	130
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	131
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	131
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	132
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	133

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	137
5.2 Saran .....	138

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal.</b>
Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli Okoh <i>Japanese Restaurant</i> pada Bulan Februari 2009 –Januari 2010 .....	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Data Jumlah Pembeli Okoh <i>Japanese Restaurant</i> pada Bulan Februari 2009 –Januari 2010 .....	50
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel .....	54
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen .....	59
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitass Instrumen .....	64
Tabel 3.5 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	68
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	74
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 4.6 Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin Responden 77	
Tabel 4.7 Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia Responden.....	79
Tabel 4.8 Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Pendidikan Responden .	80
Tabel 4.9 Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Frekuensi Pembelian Responden .....	82
Tabel 4.10 Jawaban Responden pada Dimensi Bukti Fisik di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 85	
Tabel 4.11 Jawaban Responden pada Dimensi Bukti fisik di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 86	
Tabel 4.12 Jawaban Responden pada Dimensi Bukti Fisik di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 87	
Tabel 4.13 Jawaban Responden pada Dimensi Bukti Fisik di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 88	
Tabel 4.14 Jawaban Responden pada Dimensi Ketanggapan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 89	
Tabel 4.15 Jawaban Responden pada Dimensi Ketanggapan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 90	
Tabel 4.16 Jawaban Responden pada Dimensi Ketanggapan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 90	
Tabel 4.17 Jawaban Responden pada Dimensi Keandalan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 91	
Tabel 4.18 Jawaban Responden pada Dimensi Keandalan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> 92	

Tabel 4.19 Jawaban Responden pada Dimensi Keandalan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	93
Tabel 4.20 Jawaban Responden pada Dimensi Jaminan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	94
Tabel 4.21 Jawaban Responden pada Dimensi Jaminan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	94
Tabel 4.22 Jawaban Responden pada Dimensi Jaminan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	95
Tabel 4.23 Jawaban Responden pada Dimensi Empati di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	96
Tabel 4.24 Jawaban Responden pada Dimensi Empati di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	97
Tabel 4.25 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	98
Tabel 4.26 Jawaban Responden Mengenai Promosi di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	102
Tabel 4.27 Jawaban Responden Mengenai Promosi di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	102
Tabel 4.28 Jawaban Responden Mengenai Iklan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	103
Tabel 4.29 Jawaban Responden Mengenai Iklan di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	104
Tabel 4.30 Jawaban Responden Mengenai Spanduk, baliho dan brosur di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	104



Tabel 4.31 Jawaban Responden Mengenai Spanduk, Baliho dan brosur di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	105
Tabel 4.32 Jawaban Responden Mengenai Potongan Harga atau diskon di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	106
Tabel 4.33 Jawaban Responden Mengenai Potongan Harga atau diskon di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	107
Tabel 4.34 Jawaban Responden Mengenai Promosi Harga di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	108
Tabel 4.35 Jawaban Responden Mengenai Promosi Harga di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	109
Tabel 4.36 Jawaban Responden Mengenai <i>Direct Selling</i> di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	110
Tabel 4.37 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Promosi Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	111
Tabel 4.38 Jawaban Responden Mengenai Pemilihan Produk di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	114
Tabel 4.39 Jawaban Responden Mengenai Pemilihan Produk di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	115
Tabel 4.40 Jawaban Responden Mengenai Pemilihan Merek di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	116
Tabel 4.41 Jawaban Responden Mengenai Pemilihan Saluran Pembelian di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	117
Tabel 4.42 Jawaban Responden Mengenai Pemilihan Saluran Pembelian di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	118
Tabel 4.43 Jawaban Responden Mengenai Waktu Pembelian di Okoh <i>Japanese Restaurant</i>	118

Tabel 4.44 Jawaban Responden Mengenai Waktu Pembelian di Okoh *Japanese Restaurant*

119

Tabel 4.45 Jawaban Responden Mengenai Jumlah Pembelian di Okoh *Japanese Restaurant*

120

Tabel 4.46 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian di Okoh  
*Japanese Restaurant* ..... 121

Tabel 4.47 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

124

Tabel 4.48 Hasil Uji F ANOVA..... 125

Tabel 4.49 Hasil Perhitungan Uji T Statistik ..... 127

Tabel 4.50 Analisis Regresi Linier Berganda..... 128

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal.</b>
Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pembeli di Okoh <i>Japanese Restaurant</i> .....	5
Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen ..	27
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	31
Gambar 2.3 Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dengan Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.4 Model Perilaku Pembeli.....	34
Gambar 2.5 Proses Keputusan Pembelian .....	38
Gambar 2.6 Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dengan Keputusan Pembelian	40
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 2.8 Kerangka Penelitian .....	47
Gambar 4.1 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.2 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	72
Gambar 4.3 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	73
Gambar 4.4 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian ..	74
Gambar 4.5 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian...	75
Gambar 4.6 Diagram Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	78
Gambar 4.7 Diagram Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia Responden	79
Gambar 4.8 Diagram Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Pendidikan Responden .....	81
Gambar 4.9 Diagram Tingkat Keputusan Pembelian Berdasarkan Frekuensi Pembelian Responden .....	83
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan .....	99
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Promosi.....	112
Gambar 4.12 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian .....	122
Gambar 4.13 Model Perilaku Pembeli.....	135

## DAFTAR LAMPIRAN

Korelasi Instrumen Kualitas Pelayanan .....	143
Korelasi Instrumen Promosi .....	143
Korelasi Instrumen Keputusan Pembelian .....	144
Data Responden .....	145
Instrumen Penelitian .....	151
Tabel Hasil Kuisisioner .....	154
Pearson Correlation .....	186

Tabel Uji Hipotesis Statistik dengan SPSS 12.0 <i>For Windows</i> .....	187
---	-----