

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing mix)	17
2.1.1.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing mix)	17
2.1.1.1.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran (Marketing mix)	17
2.1.1.2 Pemasaran jasa	19
2.1.1.2.1 Pengertian pemasaran jasa	19
2.1.1.2.2 Bauran pemasaran jasa.....	20
2.2 Produk	21
2.2.1 Pengertian produk.....	21
2.2.2 Klasifikasi produk.....	23
2.2.3 Produk Jasa	24
2.2.4 Atribut produk.....	24
2.3 Kualitas Pelayanan	26
2.3.1 Konsep Kualitas	26
2.3.2 Pengertian pelayanan (service)	27
2.3.3 Konsep & definisi kualitas pelayanan.....	28
2.4 Restoran	29
2.4.1 Definisi Restoran	29
2.4.2 Tipe-Tipe Restoran	30
2.4.3 Jasa Pelayanan Restoran	31
2.5 Promosi	33
2.5.1 Bauran Promosi (Promotion Mix)	35
2.5.1.1 <i>Advertising</i>	35
2.5.1.2 <i>Sales Promotion</i>	39
2.5.1.3 <i>Public Relations</i>	43

2.5.1.4 <i>Personal Selling</i>	44
2.5.1.5 <i>Direct Marketing</i>	45
2.6 Loyalitas Konsumen	52
2.6.1 Definisi Loyalitas Konsumen	52
2.6.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	54
2.6.3 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	54
2.6.4 Tahapan Loyalitas	56
2.6.4.1 Tahapan Loyalitas Menurut Niegel Hill	56
2.6.4.2 Tahapan Loyalitas menurut Jill Griffin.....	58
2.6.5 Jenis- Jenis Loyalitas	61
2.6.6 Hukum Loyalitas	62
2.6.7 Keuntungan Memiliki Pelanggan Yang Loyal	64
2.7 Hubungan Loyalitas, Kualitas Pelayanan Dan Bauran promosi	65
2.7.1 Hubungan Loyalitas dengan Kualitas Pelayanan.....	65
2.7.2 Hubungan Loyalitas dengan Bauran Promosi.....	69
2.8 Kerangka Pemikiran	71
2.9 Hipotesis	76
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	77
3.2 Metode Penelitian	77
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	77
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	79
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	83
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	84
3.2.4.1 Populasi.....	84
3.2.4.2 Sampel	85
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	87
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	88
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	88
3.2.6.1 Uji validitas.....	89
3.2.6.2 Uji Reliabilitas	93
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	94
3.2.7.1 Teknik Analisi Data	94
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	96
a) Uji Parsial (Uji t)	96
b) Uji Simultan (Uji F)	97
c) Uji Determinasi (R^2)	98
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	99
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	99
4.1.2 Karakteristik Responden.....	100
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100

4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	101
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..	102
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	103
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan	104
4.1.3	Pengalaman Responden	106
4.1.3.1	Frekuensi Kunjungan Kosumen Restoran D'cost Dalam Jangka Waktu Satu Bulan.....	106
4.1.3.2	Alasan Responden Datang Ke Restoran D'cost seafood Bandung.....	107
4.1.3.3	Dari Manakah Responden Mengetahui Restoran D'cost seafood Bandung	108
4.1.3.4	Berapa Lama Responden Mengetahui dan Berkunjung Ke Restoran D'cost seafood Bandung	110
4.1.3.5	Waktu Kunjungan Konsumen Ke Restoran D'cost seafood Bandung.....	111
4.2	Deskripsi Penelitian	112
4.2.1	Kualitas Pelayanan.....	112
4.2.1.1	Dimensi <i>Tangible</i>	112
4.2.1.2	Dimensi <i>Reliability</i>	115
4.2.1.3	Dimensi <i>Responsivess</i>	118
4.2.1.4	Dimensi <i>Assurance</i>	120
4.2.1.5	Dimensi <i>Emphaty</i>	123
4.2.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	125
4.2.3	Bauran Promosi.....	127
a)	<i>Advertising</i>	128
b)	<i>Sales promotion</i>	134
c)	<i>Public relation</i>	136
d)	<i>Personal selling</i>	141
e)	<i>Direct marketing</i>	142
4.2.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Promosi	143
4.2.5	Loyalitas Konsumen	146
4.2.5.1	Gambaran Loyalitas Konsumen Berdasarkan Karakteristik Konsumen	146
4.2.5.1.1	Loyalitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	146
4.2.5.1.2	Loyalitas Konsumen Berdasarkan Usia	148
4.2.5.1.3	Loyalitas Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	149
4.2.5.1.4	Loyalitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	150
4.2.5.1.5	Loyalitas Konsumen Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	151
4.2.5.2	Dimensi-dimensi Loyalitas Konsumen.....	153
4.2.5.2.1	Dimensi Pembelian Ulang	153
4.2.5.2.2	Dimensi Merefrensikan Restoran D'cost.....	155

4.2.5.2.3 Dimensi Kekebalan Terhadap Tawaran Pesaing	157
4.2.6 Rekapitulasi Loyalitas konsumen	159
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	161
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	162
4.3.2 Uji Parsial (t)	163
4.3.3 Uji Simultan (F)	164
4.3.4 Uji Determinasi.....	166
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	166
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran D'cost	168
4.4.2 Pengaruh Bauran promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran D'cost.....	169
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran D'cost	171
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	173
5.2 Saran	174
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

