

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Konsep Restoran	10
2.1.2 Tipe Restoran	11
2.2. Konsep Pemasaran.....	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	18
2.2.4 Harga.....	22
2.2.4.1. Konsep Harga.....	22
2.2.4.2 Peranan Harga	23
2.2.4.3 Menetapkan Harga	25
2.2.5 Konsep Kualitas Produk	27
2.2.5.1 Konsep Kualitas	27

2.2.5.2 Konsep Produk.....	27
2.2.5.3 Pengertian Produk.....	27
2.2.5.4 Bauran Produk (<i>Product Mix</i>).....	29
2.2.5.5 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.2.5.6 Dimensi Kualitas Produk	31
2.2.6 Konsep Keputusan Pembelian	32
2.2.6.1 Motif – Motif Pembelian (<i>buying Motives</i>)	33
2.2.6.2 Sistem Keputusan Membeli	33
2.2.6.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.2.6.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	41
2.2.6.5 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	43
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	47
2.4 Kerangka Pikir	49
2.2.4.1 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian Konsumen	53
2.2.4.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Konsumen	54
2.2.4.3 Hubungan Harga dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	54
2.5 Hipotesis.....	55
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Objek Penelitian.....	56
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.3 Populasi dan Sampel	58
3.3.1 Populasi.....	58
3.3.2 Sampel Penelitian.....	59
3.3.3 Teknik Sampling Penelitian	60
3.4 Operasionalisasi variabel	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6 Teknik Analisis Data.....	66

3.6.1	Method of Successive Interval (MSI)	66
3.6.2	Rancangan Pengujian Validitas	67
3.6.3	Rancangan Pengujian Realibilitas	68
3.6.4	Rancangan Analisis Korelasi	70
3.6.5	Rancangan Analisis Regresi	71
3.6.6	Rancangan Uji Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		74
4.1	Hasil Penelitian	74
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.2	Karakteristik Responden	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	77
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	82
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Rutinitas Pembelian	83
4.2.9	Gambaran Pengaruh Karakteristik Responden Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	88
4.3.1	Gambaran Variabel Harga	88
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Jumlah Porsi Menu	88
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Daya Beli	89
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	90
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Konsumen Mengenai Penetapan Harga	90

4.3.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Diterima	91
4.3.1.6	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Membaca Daftar Harga	92
4.3.1.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	93

4.3.2 Gambaran Variabel Kualitas Produk..... 96

4.3.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Tampilan produk yang Menarik.	97
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Makanan yang Ditampilkan	98
4.3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Yang Dihasilkan Sesuai Dengan Harapan	98
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variasi Makanan yang Menarik	99
4.3.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Kemungkinan Makanan tidak Matang.....	100
4.3.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Kemungkinan Makanan Tidak Aman (Kadaluarsa)	101
4.3.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Makanan Dapat Menggugah Selera	102
4.3.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Aroma Makanan Dapat Menggugah Selera	102
4.3.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Rasa Makanan Dapat Menggugah Selera	103
4.3.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Standar Kualitas Makanan yang Dijanjikan.....	104
4.3.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Mengenai Kualitas Produk.....	105
4.3.2.11	Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan Konsumen.....	106

4.3.2.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	107
4.3.3 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian		110
4.3.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk yang Lebih Unggul dari Resto Pesaing.....	110
4.3.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Manfaat Produk yang Lebih bermanfaat dari Resto Pesaing.....	111
4.3.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepercayaan yang Tinggi terhadap Merek	112
4.3.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Citra Produk Lebih Terkenal Dibandingkan Resto Pesaing	113
4.3.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Lokasi yang Mudah Didapatkan/Dijangkau.....	113
4.3.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Tempat Yang Lebih Strategis Dibandingkan Resto Pesaing	114
4.3.3.7	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Produk Secara Teratur	115
4.3.3.8	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Intensitas Pembelian.....	116
4.3.3.9	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Produk Dengan Jumlah yang Banyak.....	117
4.3.3.10	Tanggapan Responden Terhadap Membeli Lebih Dari Satu Jenis Produk Pada Waktu Pembelian..	118
4.3.3.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	118
4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis		121
4.4.1	Uji Validitas	121
4.4.2	Uji Reliabilitas	123
4.4.3	Uji Hipotesis	125
4.4.3.1	Koefisien Korelasi Ganda Dan Determinasi	125
4.4.3.2	Analisis Persamaan Regresi	126

4.4.3.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi secara simultan (F).....	127
4.4.3.4. Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Parsial (Uji t)	127
a. Nilai t untuk Variabel Harga	128
b. Nilai t untuk Variabel Kualitas Produk.....	128
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	129
4.5.1 Karakteristik Responden.....	129
4.5.2 Persepsi Konsumen atas Harga.....	132
4.5.3 Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk	132
4.5.4 Persepsi Konsumen atas Keputusan Pembelian	135
4.5.5 Analisis Korelasi dan Regresi.....	137
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Rekomendasi.....	144
DAFTAR PUSTAKA	