

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Pariwisata	14
2.1.2 Perkembangan dan Pemasaran Café	15
2.1.3 Pengertian Pemasaran	18
2.1.4 Perilaku Pasca Pembelian	19
2.1.5 Pergeseran Paradigma Pemasaran	31
2.1.6 <i>Meal experience</i>	35
2.1.7 Pengaruh <i>Meal Experience</i> Terhadap Perilaku Pasca Pembelian ...	44
2.1.8 Kajian Empirik Penelitian Pendahulu dan Orisinalitas Penelitian ..	47
2.2 Kerangka Pemikiran	49
2.3 Hipotesis	57

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek dan subjek penelitian.....	58
3.2	Metode penelitian.....	58
3.2.1	Jenis penelitian dan metode yang digunakan	58
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	60
3.3	Jenis dan sumber data	63
3.4	Populasi dan sampel.....	65
3.4.1	Populasi	65
3.4.2	Sampel	65
3.4.3	Teknik sampling.....	68
3.5	Teknik dan alat pengumpulan data	68
3.6	Validitas dan reabilitas.....	70
3.6.1	Validitas.....	70
3.6.2	Reabilitas	73
3.7	Teknik analisis data.....	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Industri <i>Café</i> di Kawasan Riau Bandung.....	82
4.1.1	Gambaran Umum Bandung.....	82
4.1.2	Profil Lima <i>Cafe</i> di Kawasan Riau Bandung.....	84
4.2	Karakteristik Konsumen <i>Café</i> di Kawasan Riau Bandung.....	89
4.2.1	Karakteristik Konsumen <i>Café</i> di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Demografi.....	90
4.2.2	Pengalaman Konsumen <i>Cafe</i> di Kawasan Riau Bandung.....	96
4.3	Pelaksanaan <i>Meal Experience</i> dan Perilaku Pasca Pembelian Konsumen <i>Café</i> di Kawasan Riau Bandung	103
4.3.1	Pelaksanaan <i>Meal Experience</i> pada <i>Café</i> di Kawasan Riau Bandung	103
4.3.2	Perilaku Pasca Pembelian Konsumen <i>Café</i> di Kawasan Riau	

Bandung	117
4.4. Pengaruh <i>Meal Experience</i> Yang Diperoleh Konsmen Dalam Menciptakan Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	123
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	135
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	135
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimiulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Wisatawan Mancanegara 2009-2010.....	1
Tabel 1.2 Pertumbuhan <i>Market Size</i> Beberapa Sektor Industri di Indonesia 2008-2010.....	2
Tabel 1.3 Data Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Jawa Barat tahun 2009.....	3
Tabel 1.4 Jumlah Konsumen di Beberapa <i>Cafe</i> di Kawasan Riau Bandung.....	6
Tabel 1.5 Alasan Orang Keluar Makan (Mengunjungi <i>Cafe</i>).....	8
Tabel 2.1 Resume Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	60
Tabel 3.2 Sumber dan Jenis Data.....	64
Tabel 3.3 Jumlah Konsumen di Lima Cafe di Kawasan Riau Bandung.....	65
Tabel 3.4 Jumlah Sampel Responden dari Setiap Cafe.....	67
Tabel 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	70
Tabel 3.6 Hasil uji Validitas pada variabel makanan dan minuman, suasana, kebersihan, tingkat layanan dan harga.....	71
Tabel 3.7 Hasil uji Validitas pada variabel (y) Perilaku konsumen pasca pembelian.....	73
Tabel 3.8 Hasil Uji Reabilitas.....	74
Tabel 3.9 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi.....	77
Tabel 4.1 Karakteristik Demografis Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	90
Tabel 4.2 Karakteristik Demografis Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	92
Tabel 4.3 Karakteristik Demografis Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung	

Bedasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	94
Tabel 4.4 Informasi Mengenai Keberadaan Cafe di Kawasan Riau Bandung	
Bedasarkan Sumber Informasi	97
Tabel 4.5 Pengalaman Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan	
Jumlah Kunjungan Dalam 1 bulan dan Waktu Kunjungan.....	98
Tabel 4.6 Pengalaman Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan	
Rata-rata Pengeluaran	100
Tabel 4.7 Pengalaman Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan	
Alasan Mengunjungi	101
Tabel 4.8 Pelaksanaan Dimensi Makanan dan Minuman (Food and Drink) pada	
Cafe di Kawasan Riau Bandung	104
Tabel 4.9 Pelaksanaan Dimensi Suasana (Atmosphere) pada Cafe di Kawasan	
Riau Bandung.....	107
Tabel 4.10 Pelaksanaan Dimensi Kebersihan (Cleanliness) pada Cafe di	
Kawasan Riau Bandung	109
Tabel 4.11 Pelaksanaan Dimensi Tingkat Layanan (Level of Service) pada Cafe	
di Kawasan Riau Bandung	111
Tabel 4.12 Pelaksanaan Dimensi Harga (Price) pada Cafe di Kawasan Riau	
Bandung.....	114
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung	
Terhadap Pelaksanaan Meal Experience.....	115
Tabel 4.14 Perilaku dan Kepuasan Konsumen Pasca Pembelian pada Cafe	
di Kawasan Riau Bandung	118
Tabel 4.15 Perilaku dan Tindakan Konsumen Pasca Pembelian pada Cafe	
di Kawasan Riau Bandung	120
Tabel 4.16 Perilaku dan Tindakan Digunakan atau Tidak Sebuah Produk	
Pasca Pembelian pada Cafe di Kawasan Riau Bandung.....	121
Tabel 4.17 Rekapitulasi Perilaku Pasca Pembelian Konsumn Cafe di	
Kawasan Riau Bandung	122
Tabel 4.18 Matriks Korelasi Antar Sub Variabel Meal Experience Terhadap	

Penciptaan Perilaku Pasca Pembelian.....	124
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Serta Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung	126
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Serta Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Menggunakan Model Trimming.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke kota Bandung (2009-2010).....	5
Gambar 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.2 <i>Purchase Decision Proses</i>	23
Gambar 2.3 Tahapan antara Evaluasi Alternatif & Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian.....	56
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hipotesis.....	78
Gambar 3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	78
Gambar 4.1 Keterkaitan antara Jenis Kelamin Dan Usia Konsumen Cafe Di Kawasan Riau Bandung.....	92
Gambar 4.2 Keterkaitan Antara Pendidikan dan Pekerjaan Konsumen Cafe di Kawasan Riau Bandung	94
Gambar 4.3 Keterkaitan Antara Pekerjaan Dan Penghasilan Konsumen Cafe Di Kawasan Riau Bandung.....	96
Gambar 4.4 Keterkaitan Konsumen Cafe Di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Sumber Informasi	98
Gambar 4.5 Keterkaitan Konsumen Cafe Di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Kunjungan dan Waktu Kunjungan	99
Gambar 4.6 Keterkaitan Konsumen Cafe Di Kawasan Riau Bandung Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.....	101
Gambar 4.7 Pengalaman Konsumen Cafe Dilihat Dari Alasan Berkunjung	102

Gambar 4.8 Pelaksanaan Dimensi Makanan dan Minuman pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	106
Gambar 4.9 Pelaksanaan Dimensi Suasana pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	109
Gambar 4.10 Pelaksanaan Dimensi Kebersihan (Cleanliness) pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	111
Gambar 4.11 Pelaksanaan Dimensi Tingkat Layanan (Level Of Service) pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	113
Gambar 4.12 Pelaksanaan Dimensi Harga (Price) pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	115
Gambar 4.13 Pelaksanaan Dimensi Kepuasan Pasca Pembelian pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	119
Gambar 4.14 Pelaksanaan Dimensi Tindakan Pasca Pembelian pada Cafe di Kawasan Riau Bandung	120
Gambar 4.15 Pelaksanaan Dimensi Tindakan Digunakan atau Tidak Sebuah Produk Pasca Pembelian pada Cafe di Kawasan Riau Bandung ..	122
Gambar 4.16 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis	125
Gambar 4.17 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Menggunakan Model Trimming	129