

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Strategi <i>Dinescape</i>	17
2.1.1.1 <i>Dinescape</i> Bagian Dari <i>Physical Evidence</i>	17
2.1.1.2 Dimensi <i>Physical Evidence</i> Dalam Industri Jasa.....	20
2.1.1.3 <i>Dinescape</i>	21
2.1.1.4 Variabel Lingkungan Fisik <i>Dinescape</i>	22
2.1.1.5 Peranan <i>Dinescape</i> Dalam Industri Restoran	25
2.1.1.6 Konsep Restoran dan Klasifikasinya.....	26
2.1.2 Perilaku Konsumen	29
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
2.1.2.2 Faktot-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
2.1.2.3 Jenis & Tingkah Laku Keputusan Pembelian	35
2.1.2.4 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3 Pengaruh <i>Dinescape</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.1.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	44
2.2 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis	54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	56
3.1 Objek Penelitian	56
3.2. Metode Penelitian.....	57

3.2.1. Jenis Penelitian & Metode yang Digunakan.....	57
3.2.2 Operasionaisasi Variabel.....	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	66
3.2.4.1 Populasi.....	66
3.2.4.2 Sampel.....	67
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	68
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.2.6 Pengujian Vailiditas dan Realibilitas.....	71
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	71
3.2.6.2 Pengujian Realibilitas.....	74
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	76
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	78
3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif	78
3.2.7.3 Koefesien determinasi.....	82
3.2.7.4 Pengujian Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.....	86
4.1 Profil Perusahaan dan pengunjung.....	86
4.1.1 Profil Perusahaan.....	86
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	86
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	86
4.1.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan Peusahaan.....	87
4.1.1.4 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	88
4.1.2 Profil pengunjung Restoran.....	88
4.1.2.1 Karakteristik Responden dilihat Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	89
4.1.2.2 Karakteristik Responden dilihat berdasarkan pendidikan dan penghasilan	90
4.1.2.3 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan pekerjaan dan penghasilan	92
4.1.2.4 Pengalaman Responden.....	94
4.1.2.5 Pengalaman Reponden Berdasarkan Alasan Datang Ke Retoran Kampoeng Sawah.....	95
4.1.2.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	96

4.1.2.7 Pengalaman Reponden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Pengunjung.....	98
4.1.2.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Metode Pembelian.....	99
4.1.2.9 Penglaman Responden Bedasarkan Jumlah Rekan yang Ikut Ketika Melakukan pembelian di Restoran Kampoeng Sawah.....	101
4.1.2.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan Ketika Melakukan Pembelian Di Restoran Kampoeng Sawah.....	102
4.2 Tanggapan Dan Gambaran <i>Dinescape</i> di Retoran Kampoeng Sawah..	104
4.2.1 Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>faciliti aesthetic</i>	104
4.2.2 Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Lay out</i>	107
4.2.3 Tanggapan Responden Kampoeng Sawah Terhada <i>Ambience</i>	111
4.2.4 Tanggapan Responden Kampoeng Sawah Terhadap <i>Social Factor</i>	144
4.2.5 Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Service Product</i>	117
4.2.6 Rekapitulasi Total Skor <i>Dinescape</i>	120
4.3 Tanggapan dan Gambaran Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Keputusan Pembelian.....	122
4.3.1 Pemilihan Produk.....	121
4.3.2 Pemilihan Merek.....	124
4.3.3 Pemilihan Saluran Pembelian.....	126
4.3.4 Penentuan Waktu Pembelian.....	129
4.3.5 Penentuan Jumlah Pembelian.....	131
4.3.6 Metode Pembayaran.....	134
4.3.7 Rekapitulasi Total Skor Keputusan Pembelian.....	136
4.4 Gambaran Pengaruh <i>Dinescape</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	137
4.4.1 Gambaran <i>Dinescape</i> yang dilakukan Restoran Kampoeng Sawah.....	137
4.4.2 Gambaran Keputusan Pembelian yang dilakukan Restoran Kampoeng Sawah	138
4.4.3 Hasil Pengujian.....	139

4.4.4 Uji Asumsi Regresi.....	140
4.4.4.1 Uji Asumsi Normalitas.....	140
4.4.4.2 Uji Asumsi Multikolineartas.....	140
4.4.4.3 Uji Asumsi Heteroskedastatitas.....	141
4.4.5 Uji Signifiknsi (uji f).....	142
4.4.6 Koefesien Korelasi Dan Koefesien Determinasi.....	143
4.4.7 Uji T dan signifikansi.....	144
4.4.8 Koefesien Determinasi.....	146
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	147
4.5.1 Temua Bersifat Empirik.....	147
4.5.2 Temuan Bersifat Teoritik.....	147
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	149
5.1 Kesimpulan.....	149
5.2 Rekomendasi.....	152
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Perkembangan Restoran Di Jawa Barat tahun 2009-2010.....	2
1.2	Kategori dan Jumlah Restoran di Kota Bandung	3
1.3	Klasifikasi Restoran Di Kota Bandung Berdasarkan Jeninya.....	4
1.4	Klasifikasi Restoran di Kabupaten Bandung	6
1.5	Data Kunjungan Restoran di Kabupaten Bandung	7
1.6	Data Pembayaran Pajak Restoran Kampung Sawah.....	8
1.7	Program Marketing yang Diterapkan Restoran Kampung Sawah.....	9
1.8	Program Strategi <i>Dinescape</i> Restoran Kampung Sawah.....	12
2.1	Dimensi <i>Physical Evidence</i> Dalam Industri Jasa.....	21
2.2	Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	35
2.3	Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	44
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	60
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	67
3.3	Teknik Pengumpulan Dan Sumber Data.....	71
3.4	Hasil Pengujian Validitas	72
3.5	Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian.....	77
3.6	Skor Alternatif Jawabab Item Pertanyaan Variabel X dan Y.....	78
3.7	Alternatif Jawaban Menurut Skala <i>Likert</i>	79
3.8	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	82
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis dan Usia.....	89
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Dan Penghasilan.....	91
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	93
4.4	Alasan Pengunjung Datang Ke Restoran Kampoeng Sawah.....	95
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam Satu Bulan.....	97
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata.....	98
4.7	Metode Pembelian Responden Di Restoran Kampoeng Sawah.....	100

4.8	Jumlah Rekan Yang Ikut Ketika Melakukan Pembelian Di Restoran Kampoeng Sawah.....	101
4.9	Waktu Kunjungan Ketika Melakukan Pembelian Di Restoran Kampoeng Sawah.....	103
4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Facility Aesthetic</i> Restoran Kampoeng Sawah.....	104
4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Lay Out</i> Restoran Kampoeng Sawah.....	108
4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Ambience</i> Restoran Kampoeng Sawah...	111
4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> Restoran Kampoeng Sawah	114
4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Products</i> Restoran Kampoeng Sawah.....	117
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kampoeng Sawah Terhadap <i>Dinescape</i> .	120
4.16	Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Pemilihan Produk.....	121
4.17	Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Pemilihan Merek.....	124
4.18	Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Pemilihan Saluran Pembelian.....	126
4.19	Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Penentuan Waktu Pembelian.....	128
4.20	Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Penentuan Jumlah Pembelian.....	131
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Metode Penelitian.....	133
4.22	Rekapitulasi Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Keputusan Pembelian.....	135
4.23	Tolak Ukur Multikolineaitas.....	140
4.2.4	Ouput Anova.....	141
4.25	Output Pengaruh <i>Dinescape</i> Terhadap Keputusan Pembelian	142
4.2.6	Output Koefisien Regresi.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	Perkembangan Restoran di Kabupaten Bandung.....	5
2.1	Komponen 4P dalam Bauran Pemasaran.....	18
2.2	Rantai Kasualitas Yang Menghubungkan Lingkungan Fisik Dan Perilaku pembelian.....	20
2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	31
2.4	Hubungan Rangsangan Pemasaran Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.5	Model Keterlibatan Konsumen.....	37
2.6	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	38
2.7	Kerangka Pemikiran Pengaruh Strategi <i>Dinescape</i> restoran Kampung Sawah Dalam Upaya Menciptakan Keputusan Pembelian.....	53
2.8	Paradigma Penelitian Pengaruh strategi <i>Dinescape</i> Dalam Upaya Menciptakan Keputusan Pembelian.....	54
3.1	Struktur Kausal X dan Y.....	84
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	90
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir dan Penghasilan.....	92
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan.....	94
4.4	Alasan Pengunjung Datang Ke Restoran Kampoeng Sawah.....	96
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	97
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.....	99
4.7	Metode Pembelian Pengunjung di Restoran Kampoeng Sawah.....	100
4.8	Jumlah Rekan yang Ikut Ketika Melakukan Pembelian di Restoran Kampoeng Sawah.....	102
4.9	Waktu Kunjungan Ketika Melakukan Pembelian Di Restoran Kampoeng Sawah.....	103
4.10	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah	

	Terhadap <i>Facility Aesthetic</i>	107
4.11	Garis Kontinum Tanggapan Pengunjung Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Lay out</i>	110
4.12	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Ambience</i>	113
4.13	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Social Factor</i>	116
4.14	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap <i>Service Products</i>	119
4.15	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Pemilihan Produk.....	123
4.16	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Pemilihan Merek.....	125
4.17	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Pemilihan Saluran Pembelian.....	128
4.18	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Penentuan Waktu Pembelian.....	130
4.19	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Penentuan Jumlah Pembelian.....	132
4.20	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Dimensi Metode Pembayaran.....	134
4.21	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Variabel <i>Dinescape</i>	136
4.22	Garis Kontinum Tanggapan Responden Restoran Kampoeng Sawah Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	138
4.23	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	140
4.2.4	Diagram Garis Linear <i>Dinescape</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	144