

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Kualitas	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas	13
2.1.2.2 Perspektif Terhadap Kualitas	14
2.1.2.3 Karakteristik Kualitas	16

2.1.2.4	Tahap-Tahap Pengendalian Kualitas	18
2.1.3	Kualitas Pelayanan	21
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	22
2.1.4	Produk	23
2.1.4.1	Pengertian Produk.....	23
2.1.4.2	Level/ Tingkatan Produk.....	25
2.1.4.3	Klasifikasi Produk.....	26
2.1.4.4	Klasifikasi Barang.....	29
2.1.5	Pengertian Kualitas Produk.....	32
2.1.5.1	Dimensi Kualitas Produk	33
2.1.6	Konsep Lokasi.....	34
2.1.6.1	Pengertian Lokasi.....	36
2.1.6.2	Teori Lokasi	37
2.1.6.3	Pemilihan Lokasi	38
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	40
2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	40
2.1.7.2	Konsep Keputusan Pembelian	44
2.1.7.3	Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	46
2.2	Kajian Empirik	49
2.3	Kerangka Pemikiran.....	49
2.3.1	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	53
2.3.2	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	54

2.3.3 Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	55
2.3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	56
2.4 Hipotesis.....	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	60
3.1 Objek Penelitian.....	60
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	60
3.2.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2.2 Metode Penelitian.....	61
3.3 Populasi dan Sampel	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampel.....	62
3.3.3 Teknik Sampling	63
3.4 Operasional Variabel.....	65
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	69
3.5.1 Sumber Data.....	69
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	69
3.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.6.1 Uji Validitas	71
3.6.2 Uji Reliabilitas	73
3.7 Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1 Analisis Korelasi.....	75
3.7.2 Koefisien Determinasi.....	81

3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		86
4.1	Hasil Penelitian	86
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	86
4.1.1.1.	Letak Geografis Kota Bandung	86
4.1.1.2.	Konsep Restoran	88
4.1.2.1.	Pengertian Restoran	88
4.1.2.2.	Klasifikasi Restoran	88
4.1.2.	Karakteristik Responden	90
4.1.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..	91
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Suku.....	92
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .	93
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Memperoleh Informasi mengenai Rumah Makan Sunda.....	94
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan ke Rumah Makan Sunda	94
4.1.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Responden Datang	95
4.1.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Konsumen yang Datang Bersama Responden	96

4.1.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kedatangan Responden ke Rumah Makan Sunda ..	97
4.1.2.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Responden di Rumah Makan Sunda.....	98
4.1.2.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Responden ke Rumah Makan Sunda	99
4.1.2.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan Responden	100
4.1.2.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Responden Memilih Rumah Makan Sunda	101
4.1.2.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi yang Responden Berikan Tentang Rumah Makan Sunda	101
4.1.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	102
4.1.3.1	Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	102
4.1.3.2	Variabel Kualitas Produk (X_2).....	119
4.1.3.3	Variabel Lokasi (X_3).....	136
4.1.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	144
4.2	Hasil Pengujian	159
4.2.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	160
4.2.2	Analisis Koefisien Detrminasi	162
4.2.3	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Simultan (Uji F).....	164
4.2.4	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Parsial (Uji t).....	165
4.2.5	Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda Tiga Prediktor	166

4.3	Pembahasan.....	167
4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	167
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	168
4.3.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	169
4.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	169
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	171
5.1	Kesimpulan.....	171
5.2	Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN		
DATA PRIBADI		