

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	7
2.1 Pengertian Pariwisata.....	7
2.1.1 Pengertian Wisatawan.....	7
2.1.2 Pengertian Kepariwisataaan	8
2.1.3 Sejarah Pariwisata	13
2.2 Pengertian Restoran	13
2.3 Pengertian Pemasaran	15
2.4. Bauran Pemasaran.....	16
2.4.1 Komponen <i>Marketing Mix</i> dalam Pemasaran Jasa ..	17
2.4.2 Pengertian Loyalitas Konsumen	19
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.4.4 Pengertian Kualitas Produk.....	31
2.4.5 Kualitas Pelayanan	41
2.4.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	52
2.4.7 Kajian Empiris	54
2.4.8 Kerangka Pemikiran	56
2.4.9 Hipotesis.....	63
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	66
3.1 Objek Penelitian	66
3.1.1 Metode Penelitian.....	66
3.1.2 Operasionalisasi Variabel.....	68
3.1.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	70
3.1.4 Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling.....	72
3.2 Rancangan Analisis	75
3.2.1 Validitas	75

3.2.2	Reliabilitas	76
3.3	Teknik Analisis Data.....	78
3.3.1	Uji Simultan (Uji F).....	80
3.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	81
3.3.3	Uji Koefisien Determinasi	82
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1	Hasil Penelitian	83
4.1.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian	83
4.1.2	Karakteristik Responden	83
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	84
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	85
4.1.7	Karakteristik Responden Jumlah Kunjungan	86
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	86
4.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	86
4.2.2	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	96
4.2.3	Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	106
4.2.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	112
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	114
4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen	117
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	119
4.3.1	Uji Validitas	119
4.3.2	Uji Realiabilitas	120
4.3.3	Hasil Pengujian	121
4.4	Uji Hipotesis	122
4.4.1	Koefisien Korelasi Berganda	122
4.4.2	Analisis Regresi	124
4.4.3	Koefisien Determinasi	125
4.4.4	Uji F	126
4.4.5	Uji t	127
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	129
4.5.1	Pembahasan Hasil Penelitian Mengenai Hasil Pengolah Data	129
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1	Kesimpulan	131
5.2	Saran	131
	DAFTAR PUSTAKA	133
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung	2
1.2	Jumlah kunjungan Konsumen Kafe Di Kota Bandung Periode Januari 2009 – Oktober 2011	4
1.3	Jumlah Peningkatan dan Penurunan Konsumen Cafe di Kota Bandung	4
2.1	Jenis-jenis Loyalitas Konsumen	22
2.2	Penelitian Terdahulu	54
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	68
3.2	Jenis Dan Sumber Data	71
3.3	Daftar Objek Penelitian	73
3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .	80
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.2	Responden Berdasarkan Usia	84
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	85
4.4	Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	85
4.5	Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	86
4.6	Persepsi Konsumen Berdasarkan Tampilan makanan dan minuman	87
4.7	Persepsi Responden Berdasarkan Tampilan Makanan dan Minuman Terlihat Bersih	87
4.8	Persepsi responden Berdasarkan Makanan dan Minuman yang Dihadangkan Terlihat Aman	88
4.9	Persepsi responden Berdasarkan Kemungkinan Makanan dan Minuman yang Disajikan Tidak Matang	89
4.10	Persepsi Responden Berdasarkan Variasi Makanan yang Terdapat dalam Daftar Menu	90
4.11	Persepsi Responden Berdasarkan Variasi Minuman yang Terdapat dalam Daftar Menu Café	91
4.12	Persepsi Responden Berdasarkan Aroma Makanan dan Minuman Café Dapat Mengugah Selera	92
4.13	Persepsi Responden Berdasarkan Rasa dari Makanan dan Minuman Café Dapat Mengugah Selera	93
4.14	Persepsi Responden Berdasarkan Makanan yang Dihadangkan Memiliki Kualitas Yang Baik	94
4.15	Persepsi Responden Berdasarkan Kualitas Makanan dan Minuman Sudah Sesuai dengan Persepsi Pelanggan	95
4.16	Persepsi Responden Berdasarkan Fasilitas Tempat Makanan, Tempat Parkir, Toilet	96
4.17	Persepsi Responden Berdasarkan Kondisi Peralatan Makanan .	96

4.18	Persepsi Responden Berdasarkan Penampilan Pegawai Café	97
4.19	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Melayani Pesanan tamu Dengan Cepat	98
4.20	Persepsi Karyawan Berdasarkan Makanan yang Datang Sesuai dengan Pesanan	98
4.21	Persepsi Responden Berdasarkan Kesiapan Pegawai Menanggapi Keluhan Pelanggan	99
4.22	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Selalu Siap Membantu Tamu	100
4.23	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Cepat dan Tanggap Dalam Memberikan Bantuan	101
4.24	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Terlihat Terampil dalam Melayani Pesanan	101
4.25	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Bersikap Sopan dalam Melayani Pesanan	102
4.26	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Menguasai atau Dapat Menjelaskan Menu Makanan dan Minuman	103
4.27	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Memiliki Kepedulian yang Tinggi dalam Membantu Pelanggan	104
4.28	Persepsi Responden Berdasarkan Pegawai Café Memahami Sekali Kebutuhan Pelanggan	105
4.29	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur Karena Produk yang Baik	106
4.30	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur Karena Pelayanan yang Baik	107
4.31	Persepsi responden Berdasarkan Anda Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur Karena Produk dan Pelayanan yang Baik	108
4.32	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Memberitahukan Produk Café yang Baik Terhadap Orang Lain	109
4.33	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Memberitahukan Pelayanan Café yang Baik Terhadap Orang Lain	109
4.34	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Memberitahukan Produk dan Pelayanan Café yang Baik Terhadap Orang Lain ...	110
4.35	Persepsi Responden Berdasarkan Anda Lebih Sering Tertarik Oleh Produk dan Layanan Terhadap Tawaran Pesaing	111
4.36	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	112
4.37	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas pelayanan	115
4.38	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen	117
4.39	Hasil Pengujian Validitas Instrumen	120
4.40	Output Uji Realibilitas Instrument Variabel Kualitas Produk (X1)	121
4.41	Output Uji Realibilitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	121

4.42	Output Uji Realibilitas Instrument Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	121
4.43	Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen	122
4.44	Output Analisis Koefisien Regresi Berganda	124
4.45	Model Summary	125
4.46	ANOVA(b)	126
4.47	Coefficients (a)	127



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Empat komponen P dalam Bauran Pemasaran	17
2.2	Siklus Pembelian	20
2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	25
2.4	Piramida Loyalitas	29
2.5	Penghubung Loyalitas	31
2.6	Pengertian Produk	38
2.7	Penghubung Loyalitas	54
2.8	Paradigma Kerangka Pemikiran	62
2.9	Kerangka Pemikiran	63
4.1	Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk	114
4.2	Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	117
4.3	Garis Kontinum Variabel Loyalitas Konsumen	119