

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Pemasaran Barang dan Jasa .....	10
2.1.2.1. Pemasaran Barang .....	10
2.1.2.2 Pemasaran Jasa .....	10
2.1.2.2.1 Karakteristik Jasa .....	12
2.1.2.2.2 Klasifikasi Jasa.....	15
2.1.2.2.3 Pengertian Pemasaran Jasa.....	21
<b>2.2 Bauran Pemasaran Barang dan Jasa</b> .....	23
2.2.1 Bauran Pemasaran Barang .....	23
2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa .....	24
<b>2.3 Produk</b> .....	26
2.3.1 Pengertian Produk .....	26
2.3.2 Klasifikasi Produk .....	27
2.3.3 Produk Jasa .....	28
2.3.4 Atribut Produk.....	28
2.3.5 Difersifikasi Produk .....	30
<b>2.4 Harga</b> .....	31
2.4.1 Pengertian Harga.....	31
2.4.2 Konsep dan Peranan Harga .....	32
2.4.3 Harga berdasarkan pandangan konsumen.....	34
2.4.4 Penetapan Harga.....	36
<b>2.5 Kualitas Pelayanan</b> .....	38

2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan .....	38
2.5.2	Persespsi Terhadap Kualitas Pelayanan .....	38
2.5.3	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	39
<b>2.6</b>	<b>Restoran .....</b>	<b>40</b>
2.6.1	Pengertian Restoran .....	40
2.6.2	Faktor – Faktor yang Mendasari Bisnis Restoran .....	42
2.6.3	Tipe – Tipe Restoran .....	44
<b>2.7</b>	<b>Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>46</b>
2.7.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	46
2.7.2	Harapan Konsumen.....	48
2.7.3	Tehnik Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	50
<b>2.8</b>	<b>Pengaruh Harha dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>53</b>
2.8.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
2.8.2	Pengaru Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54
<b>2.9</b>	<b>Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>55</b>
<b>2.10</b>	<b>Hipotesis.....</b>	<b>60</b>
<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>3.1</b>	<b>Objek Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>3.2</b>	<b>Metode Penelitian .....</b>	<b>62</b>
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	63
3.2.2	Jenis dan Sumber Data .....	66
3.2.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	67
3.2.3.1	Populasi .....	67
3.2.3.2	Sampel .....	68
3.2.3.3	Teknik Sampling .....	69
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.2.5	Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	72
3.2.5.1	Uji validitas .....	72
3.2.5.2	Uji Reliabilitas .....	74
3.2.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	76
3.2.7.1	Teknik Analisi Data .....	76
a)	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
b)	Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
3.2.7.2	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	80
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>82</b>
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
4.1.2	Karakteristik Responden .....	83
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	84

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan....	86
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan.....	87
<b>4.2 Deskripsi Penelitian .....</b>	<b>88</b>
4.2.1 Harga .....	88
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat yang diterima .....	89
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Daya Beli .....	90
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga Yang diTawarkan Brussels Springs Café dengan Harga Yang Ditawarkan Pesaing .....	91
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Pelayanan Yang Diberikan .....	92
4.2.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	94
4.2.3 Kualitas Pelayanan.....	95
4.2.3.1 Dimensi <i>Tangible</i> .....	96
4.2.3.2 Dimensi <i>Emphaty</i> .....	99
4.2.3.3 Dimensi <i>Responsivess</i> .....	101
4.2.3.4 Dimensi <i>Reliability</i> .....	105
4.2.3.5 Dimensi <i>Assurance</i> .....	107
4.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .....	110
4.2.5 Kepuasan Konsumen.....	112
4.2.5.1 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Terhadap Harga .....	112
4.2.5.2 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Terhadap <i>Tangible</i> (Tampilan Fisik) Dari Produk Yang Ditawarkan .....	113
4.2.5.3 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Terhadap <i>Emphaty</i> (Empati) .....	114
4.2.5.4 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Terhadap <i>Responsivess</i> (Daya Tanggap) .....	115
4.2.5.5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan <i>Reliability</i> (Keandalan) .....	116
4.2.5.6 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Secara Umum.....	116
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap KepuasanKonsumen .....	117
<b>4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>119</b>
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	121
4.3.2 Uji Parsial (t).....	122

4.3.3 Uji F .....	123
4.3.4 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	125
<b>4.4 Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	126
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Brussels Springs Café Bandung .....	126
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Brussels Springs Café Bandung .....	127
4.4.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Brussels Springs Café Bandung ....	129
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	130
5.2 Saran .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

