

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Strategi Bauran Pemasaran	10
2.1.1.1 Strategi Produk.....	11
2.1.1.1.1 Dimensi Kualitas Produk	12
2.1.1.2 Strategi Harga	13
2.1.1.3 Strategi Promosi.....	15
2.1.1.4 Strategi Tempat.....	17
2.1.1.5 Strategi Orang	17
2.1.1.6 Strategi Fisik	19
2.1.1.7 Strategi Proses.....	20
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.2.1 Proses Keputusan Pembelian	

	Konsumen	22
	2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
	2.1.3 Perilaku Pembeli.....	29
	2.1.4 Minat Beli Ulang	29
	2.1.5 Pengaruh Keputusan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	30
	2.1.6 Proses Keputusan Membeli	31
	2.2 Penelitian Terdahulu	34
	2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
	2.4 Hipotesis Penelitian	41
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Metode yang Digunakan.....	42
	3.2 Operasional Variabel	43
	3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data/ Informasi	45
	3.3.1 Sumber Data/Informasi.....	45
	3.3.2 Cara Penentuan Data dan Informasi	45
	3.3.2.1 Populasi	45
	3.3.2.2 Penentuan Ukuran Sampel.....	45
	3.3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	48
	3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
	3.4.1 Uji Validitas.....	49
	3.4.2 Uji Reliabilitas	51
	3.5 Rancangan Analisis dan Hipotesis.....	55
	3.5.1 Rancangan Analisis.....	55
	3.5.1.1 Analisis Deskriptif	55
	3.5.1.2 Analisis Verifikatif.....	58
	3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis.....	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Profil Kedai Mamah Eha	65

4.2	Profil Konsumen Kedai Mamah Eha	66
4.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	67
4.2.4	Gambaran Responden Alasan Mengapa Memilih Restoran/Cafe	67
4.3	Bauran Pemasaran pada Kedai Mamah Eha Bandung.....	68
4.3.1	Produk yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	68
4.3.2	Harga yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	70
4.3.3	Tempat yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	72
4.3.4	Promosi yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	77
4.3.2	Orang yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	78
4.3.2	Bukti Fisik yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	81
4.3.2	Proses yang ditawarkan oleh Kedai Mamah Eha.....	84
4.4	Minat Beli Ulang Konsumen pada Kedai Mamah Eha Bandung.....	85
4.5	Uji Hipotesis	88
4.6	Hipotesis Setelah Trimming	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Kuesioner Pra Survey	6
Tabel 2.1. Indikator Minat Beli Ulang	30
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2.3. Jurnal Internasional	35
Tabel 3.1. Operasional Variabel	43
Tabel 3.2. Jenis dan Sumber Data	45
Tabel 3.3. Teknik Pengumpulan Data	49
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 3.6. Tabel Jumlah Score dan Persentase Item Pertanyaan	55
Tabel 3.7. Rentang Klasifikasi Per-Item Pernyataan dan Per-Variabel	58
Tabel 3.8. Interpretasi Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.1. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2. Kategori Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3. Kategori Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	67
Tabel 4.4. Kategori Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Memilih Restoran/Cafe	67
Tabel 4.5. Produk Makanan Pada Kedai Mamah Eha	68
Tabel 4.6. Kualitas Makanan Pada Kedai Mamah Eha	69
Tabel 4.7. Konsep Kedai Mamah Eha	69

Tabel 4.8. Rekapitulasi Produk Kedai Mamah Eha	70
Tabel 4.9. Harga Pada Kedai Mamah Eha Dibanding Pesaing.....	70
Tabel 4.10. Harga Pada Kedai Mamah Eha Terjangkau	71
Tabel 4.11. Rekapitulasi Harga Kedai Mamah Eha.....	71
Tabel 4.12. Akses Jalan Menuju Kedai Mamah Eha	72
Tabel 4.13. Kedai Mamah Eha Dapat Terlihat Dari Arah Sultan Agung	73
Tabel 4.14. Kedai Mamah Eha Mengganggu Daerah Sekitarnya	73
Tabel 4.15. Kedai Mamah Eha Memiliki Parkir Yang Luas.....	74
Tabel 4.16. Mengetahui Cabang Kedai Mamah Eha	74
Tabel 4.17. Letak Kedai Mamah Eha Strategis.....	75
Tabel 4.18. Pesaing Kedai Mamah Eha	75
Tabel 4.19. Rekapitulasi Tempat Kedai Mamah Eha	76
Tabel 4.20. Promosi Kedai Mamah Eha Melalui Twitter	77
Tabel 4.21. Promosi Kedai Mamah Eha Melalui Facebook	77
Tabel 4.22. Rekapitulasi Promosi Kedai Mamah Eha	78
Tabel 4.23. Kerapihan Seragam Karyawan Kedai Mamah Eha.....	79
Tabel 4.24. Kecepatan Pelayanan Karyawan Kedai Mamah Eha	79
Tabel 4.25. Keramahan Karyawan Kedai Mamah Eha.....	80
Tabel 4.26. Kesopanan Karyawan Kedai Mamah Eha	80
Tabel 4.27. Rekapitulasi Orang Kedai Mamah Eha.....	81
Tabel 4.28. Kebersihan Kedai Mamah Eha	82
Tabel 4.29. Kebersihan toilet Kedai Mamah Eha	82

Tabel 4.30. Ketersediaan Perlengkapan Toilet	83
Tabel 4.31. Rekapitulasi Bukti Fisik Kedai Mamah Eha.....	83
Tabel 4.32. Kecepatan Pelayanan Kedai Mamah Eha	84
Tabel 4.33. Daya Tanggap Pelayanan Kedai Mamah Eha.....	84
Tabel 4.34. Rekapitulasi Proses Kedai Mamah Eha	85
Tabel 4.35. Memiliki Keinginan Untuk Kembali Ke Kedai Mamah Eha.....	85
Tabel 4.36. Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasi Kedai Mamah Eha Ke Teman Ataupun Saudara.....	86
Tabel 4.37. Tanggapan Responden Apabila Kembali Ke Kedai Mamah Eha Maka Akan Mencoba Menu Lain	86
Tabel 4.38. Tanggapan Responden Mengenai Suka Pda Kedai Mamah Eha Dibanding Kedai Lain.....	87
Tabel 4.39. Rekapitulasi Tanggapan Responden Untuk Variabel Minat Beli Ulang.....	87
Tabel 4.40. Korelasi Antar Variabel	88
Tabel 4.41. Besarnya Koefisien Jalur	92
Tabel 4.42. Pengaruh Variabel.....	96
Tabel 4.43. Korelasi Antar Variabel	97
Tabel 4.44. Besarnya Koefisien Jalur	99
Tabel 4.45. Pengaruh Variabel.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2.3. Paradigma Pemikiran	40
Gambar 3.1. Struktur Hubungan Variabel	60
Gambar 4.1. Struktur Hubungan Kausal $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$, Terhadap Y.....	93
Gambar 4.2. Hubungan Struktural Antara X_3, X_5, X_6, X_7 dan Y	99

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner

LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Data 115 Konsumen Pengujian Validitas Reliabilitas

LAMPIRAN 3 : Rekapitulasi Data 115 Konsumen Pengelolaan Rekapitulasi Data

LAMPIRAN 4 : Hasil Uji Data Validitas Kuesioner

LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Data Reliabilitas Kuesioner

LAMPIRAN 6 : Matriks Korelasi

LAMPIRAN 7 : Critacal Value F Tabel

LAMPIRAN 8 : Critical Value T Hitung

LAMPIRAN 9 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 10 : Fotocopy Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 11 : Foto Kedai Mamah Eha dan Menu Makanan

