

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR TABELx

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR LAMPIRANxiv

ABSTRAKxv

ABSTRACTxvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....6

1.4 Kegunaan Penelitian.....6

1.5 Kerangka Pemikiran.....7

1.6 Hipotesis..... 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran..... 16

2.1.1 Pengertian Pemasaran 16

2.2 Bauran Pemasaran	18
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	18
2.2.2 Jasa	21
2.2.2.1 Pengertian Jasa.....	21
2.2.2.2 Karakteristik Jasa	22
2.2.2.3 Bauran Jasa	23
2.2.2.4 Klasifikasi Jasa	25
2.3 Harga	28
2.3.1 Pengertian Harga.....	28
2.3.2 Faktor-Faktor Harga.....	30
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	31
2.3.4 Metode-metode Penetapan Harga	36
2.3.5 Strategi Penyesuaian Harga.....	37
2.3.6 Konsep dan Peranan Harga	39
2.3.7 Penentuan Harga Bagi Pelanggan	39
2.3.8 Penerapan Harga Dalam Sistem Pemasaran	40
2.3.9 Fungsi Harga	41
2.3.10 Batas Penentuan Harga	41
2.3.11 Pentingnya Harga	42
2.3.12 Indikator Harga	42
2.4 Perilaku Konsumen	43
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	43
2.4.2 Keputusan Pembelian.....	46

2.4.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	46
2.5 Loyalitas	49
2.5.1 Pengertian Loyalitas.....	49
2.5.2 Karakteristik Pelanggan Yang Loyal	50
2.5.3 Jenis-Jenis Loyalitas.....	51
2.5.4 Tingkatan Loyalitas.....	53

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek	54
3.1.1 Sejarah Café Food Opera Bandung.....	54
3.1.2 Produk Café Food Opera.....	58
3.2 Metode Penelitian.....	59
3.2.1 Jenis Penelitian.....	59
3.3 Data, Jenis Data, Sumber Data.....	60
3.4 Populasi, Teknik Sampling, Sampel	61
3.5 Variabel dan Tabel Operasional Variabel	62
3.6 Instrumen, Syarat Instrumen yang baik untuk Pedoman Kuesioner dan Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner.....	64
3.6.1 Instrumen.....	64
3.6.2 Syarat Instrumen yang baik dalam Pedoman Kuesioner.....	65
3.6.3 Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner.....	66
3.7 Metode Analisis Data	67
3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	67

3.8 Transformasi Data	69
-----------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Harga di Café Food Opera.....	71
---	----

4.2 Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan Harga Produk Café Food Opera.....	74
---	----

4.2.1 Instrumen Penelitian (pedoman kuesioner yang digunakan dalam mengumpulkan data).....	74
---	----

4.2.2 Identitas Responden.....	82
--------------------------------	----

4.2.3 Tanggapan Konsumen Tentang Harga Café di Food Opera....	84
---	----

4.3 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan Café Food Opera	92
--	----

4.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Café Food Opera	95
---	----

4.5 Pengujian Hipotesis.....	98
------------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	101
---------------------	-----

5.2 Saran.....	102
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Penjualan Food Opera Periode Tahun 2011-2013	5
Tabel 1.2 Paradigma Penelitian	14
Tabel 3.1 Struktur Organisasi	55
Tabel 3.2 Operasional Variabel	63
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Harga.....	75
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	76
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	76
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	77
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Harga Model Case Processing Summary.....	77
Tabel 4.6 Reliabilitas Statistik	78
Tabel 4.7 Item Statistik	78
Tabel 4.8 Item Total Statistik.....	79
Tabel 4.9 Scale Statistik.....	79
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen Model Case Processing Summary	80
Tabel 4.11 Reliabilitas Statistik	80
Tabel 4.12 Item Statistik	80
Tabel 4.13 Item Total Statistik.....	81
Tabel 4.14 Scale Statistik.....	81
Tabel 4.15 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.16 Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia	83

Tabel 4.17 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	84
Tabel 4.18 Rentang Klasifikasi Variabel	86
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai Keterjangkauan harga.....	87
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai Kesesuaian harga dengan kualitas produk	87
Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai Daya saing harga	88
Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai Kesesuaian harga dengan manfaat	89
Tabel 4.23 Total pembobotan harga	90
Tabel 4.24 Rentang Kriteria Presentase Skor	92
Tabel 4.25 Tanggapan Responden mengenai Anda akan membeli produk Food Opera secara berulang.....	92
Tabel 4.26 Tanggapan Responden mengenai Anda akan membeli produk Food Opera secara berulang	92
Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai Anda melakukan pembelian terhadap produk-produk Cafe Food Opera yang beragam.....	93
Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai Anda Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain	93
Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai Anda tidak tertarik dengan produk-produk sejenis dari Cafe lain	94
Tabel 4.30 Total pembobotan loyalitas pelanggan	95
Tabel 4.31 Tabel Korelasi	96
Tabel 4.32 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	97

Tabel 4.33 Koefisien Regresi.....	98
Tabel 4.34 Uji t Hitung Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grand Theory	14
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	20
Gambar 2.2 Model of Consumer Behavior	44
Gambar 2.3 Empat Jenis Loyalitas	51
Gambar 3.1 Produk Cafe Food Opera	59
Gambar 4.1 Food Menu	71
Gambar 4.2 Daftar Harga Dengan Pesaing	72
Gambar 4.3 Presentase Dalam Garis Kontinum	91
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SPSS

Lampiran 2 Pedoman Kuesioner

Lampiran 3 Method Successive Interval

