

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Perusahaan Perusahaan	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.2 Strategi Pemasaran Secara Umum	2
1.1.3 Struktur Organisasi.....	3
1.1.4 Logo Javana Bistro	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Orientasi Pasar	13
2.1.3 Nilai Pelanggan	16
2.1.4 Manfaat yang Diterima Pelanggan	18
2.1.5 Biaya yang Ditanggung Pelanggan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	35
2.5.1 Variabel Penelitian	35
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	35
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Variabel Operasional	36
3.3 Skala Pengukuran	38
3.4 Tahap Penelitian	40
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	41
3.6 Pengumpulan Data	42
3.6.1 Jenis Data	42
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Analisis Deskriptif	46
3.8.2 Methods of Successive Interval (MSI)	48
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9 Pengujian Hipotesis	51
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	51
3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	53
3.9.3 Koefisien Determinasi	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	55
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	58
4.2.1 Sub Variabel (X ₁) Orientasi Pelanggan	59
4.2.2 Sub Variabel (X ₂) Orientasi Pesaing	61
4.2.3 Sub Variabel (X ₃) Koordinasi Antar Fungsi.....	62
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Y (Nilai Pelanggan)	64
4.4 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Nilai Pelanggan.....	67
4.4.1 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	67
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	67
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.5.1 Uji Hipotesis	73
4.6 Koefisien Determinasi.....	80
4.6.1 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	81
4.7 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	85
---------------------	----

5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung dan Pendapatan Javana Bistro Bandung	8
Tabel 1.2 Hasil Pendapat Konsumen	7
Tabel 2.1 Komponen Orientasi Pasar dan Pengukuran Orientasi Pasar	13
Tabel 2.2 Resume Literatur Jurnal Nasional	21
Tabel 2.3 Resume Literatur Jurnal Internasional	25
Tabel 2.4 Resume Literatur Skripsi	29
Tabel 3.1 Variabel Oprasional	37
Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Validitas	44
Tabel 3.3 Hasil Perhitungan Reliabilitas	46
Tabel 3.4 Kategori Interpretasi Skor	47
Tabel 4.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Orientasi Pelanggan	59
Tabel 4.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Orientasi Pesaing	61
Tabel 4.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Koordinasi Antar Fungsi.....	63
Tabel 4.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Nilai Pelanggan	65
Tabel 4.5 Uji Normalitas	70
Tabel 4.6 Uji Multikolineritas	71
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.8 Coefficients	74
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Simultan)	75
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)	78
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis Orientasi Pelanggan (Uji t)	78
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis Orientasi Pesaing (Uji t).....	79
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis Koordinasi Antar Fungsi (Uji t)	79
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi	80
Tabel 4.15 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi	3
Gambar 1.2 Logo Javana Bistro Bandung	4
Gambar 1.3 Pertumbuhan Jumlah Usaha Restoran di Bandung	5
Gambar 2.1 Komponen Orientasi Pasar	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	40
Gambar 3.2 Presentase dalam Garis Kontinum	48
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	55
Gambar 4.2 Usia Responden	56
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	57
Gambar 4.4 Pendapatan Responden	58
Gambar 4.5 Presentase Garis Kontinum Orientasi Pelanggan	60
Gambar 4.6 Presentase Garis Kontinum Orientasi Pesaing	62
Gambar 4.7 Presentase Garis Kontinum Koordinasi Antar Fungsi	64
Gambar 4.8 Presentase Garis Kontinum Nilai Pelanggan	66
Gambar 4.9 Histogram	68
Gambar 4.10 Grafik Normal P-Plot	69
Gambar 4.11 Diagram Pancar (Scatterplot)	72

Daftar Lampiran

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Jawaban Kuesioner dan MSI
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 : Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 : Uji Hipotesis (Simultan, Parsial, Koefisien Determinasi)