

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktis	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	9
17.1 Lokasi dan Objek Penelitian	9
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	11

2.3 Evaluasi Alternatif	14
2.4 Preferensi Konsumen	15
2.5 <i>Customer Value</i>	17
2.6 <i>Customer Value Index</i>	18
2.7 <i>Value Driver</i>	19
2.8 Kualitas Makanan	19
2.9 Gaya Masakan.....	20
2.10 Konsep Kesehatan.....	20
2.11 Desain Restoran	20
2.12 Perlindungan Lingkungan.....	21
2.13 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Karakteristik Penelitian	35
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	36
3.2.1 Variabel Operasional Penelitian	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	41
3.4.3 Teknik Sampling	42
3.5 Pengumpulan data dan Sumber Data	42
3.5.1 Data Primer	43

3.5.2 Data Sekunder	43
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Data.....	43
3.6.1 Analisis Konjoin	44
3.6.2 Tahapan Analisis Konjoin	45
3.6.3 Menghitung <i>Customer Value Index</i>	49
3.6.4 Menghitung <i>Value Driver</i>	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Analisis Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	56
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Responden Mengunjungi Restoran Vegetarian di Bandung dalam Satu Tahun	57
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Hasil Nilai <i>Importance</i> (Kepentingan)	58
4.2.2 Hasil Nilai <i>Utility</i> (Kegunaan)	60
4.2.3 Uji Signifikansi dan <i>Predictive Accuracy</i>	61
4.3 Analisis <i>Customer Value Index</i>	62
4.3.1 <i>Value Driver</i>	64
4.4 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67

5.2 Saran.....	68
5.2.1 Aspek Praktis	68
5.2.2 Aspek Teoritis	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN I.....	77
LAMPIRAN II.....	85
LAMPIRAN III	88
LAMPIRAN IV	93