

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan .....	4
1.4 Manfaat .....	4
II. LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka .....	5
2.1.1 Tingkat Kinerja Bauran Pemasaran .....	5
2.1.2 Hubungan antara Bauran Pemasaran dan Kepuasan Konsumen .....	6
2.1.3 Unsur Bauran Pemasaran yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	12
2.2.3 Kepuasan Konsumen .....	13
2.2.4 Bauran Pemasaran dan Kepuasan .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
2.4 Hipotesis .....	17

III.	METODE PENELITIAN.....	18
3.1	Metode Dasar .....	18
3.2	Lokasi Penelitian.....	18
3.3	Penentuan Sampel .....	18
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5	Jenis Data .....	20
3.6	Asumsi Dasar .....	20
3.7	Pembatasan Masalah .....	20
3.8	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	20
3.9	Metode Analisis .....	24
3.9.1	Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	24
3.9.2	Metode Analisis Deskriptif Kinerja Bauran Pemasaran .....	26
3.9.3	Metode Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen .....	27
3.9.4	Metode Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen	29
IV.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	35
4.1	Sejarah Umum Perusahaan .....	35
4.2	Keadaan Fisik.....	36
4.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.3.1	Visi .....	36
4.3.2	Misi .....	36
4.4	Struktur Organisasi Perusahaan .....	37
4.5	Fasilitas Wisata .....	41
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1	Karakteristik Konsumen .....	44
5.1.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	44
5.1.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	45
5.1.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	46
5.1.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Domisili .....	47
5.2	Proses Pengambilan Keputusan .....	47
5.2.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	47
5.2.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi .....	48
5.2.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	50

5.2.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Manfaat yang Ingin Diperoleh.....	51
5.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
5.4	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran .....	54
5.5	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen .....	61
5.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	61
5.5.2	Hasil Regresi Linear Berganda Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen 62	
5.6	Kontribusi Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Wisatawan .....	66
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
6.1	KESIMPULAN.....	68
6.2	SARAN .....	68
	DAFTAR PUSTAKA.....	70
	LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat selama 2013-2017 .....	1
Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Reguler Mancanegara dan Domestik di Taman Buah Mekarsari 2017-2018 .....	2
Tabel 3.1 Atribut Produk yang Digunakan dalam Penelitian .....	21
Tabel 3.2 Atribut Harga yang Digunakan dalam Penelitian.....	22
Tabel 3.3 Atribut Promosi yang Digunakan dalam Penelitian .....	22
Tabel 3.4 Atribut Tempat yang Digunakan dalam Penelitian .....	23
Tabel 3.5 Atribut Kepuasan yang Digunakan dalam Penelitian.....	24
Tabel 3.6 Standar Statistik untuk Menafsirkan mean score .....	27
Tabel 3.7 Standar Statistik untuk Menafsirkan mean score .....	28
Tabel 3.8 Skala Likert Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen .....	29
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin di Taman Buah Mekarsari .....	44
Tabel 5.2 Distribusi Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Taman Buah Mekarsari .....	45
Tabel 5.3 Distribusi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan di Taman Buah Mekarsari .....	46
Tabel 5.4 Distribusi Konsumen Berdasarkan Asal Domisili di Taman Buah Mekarsari.....	47
Tabel 5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan di Taman Buah Mekarsari .....	48
Tabel 5.6 Distribusi Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi di Taman Buah Mekarsari .....	49
Tabel 5.7 Distribusi Konsumen Berdasarkan Alasan Berkunjung di Taman Buah Mekarsari .....	50
Tabel 5.8 Distribusi Konsumen Berdasarkan Manfaat yang Ingin Diperoleh di Taman Buah Mekarsari .....	51
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Bauran Pemasaran dan Kepuasan Wisatawan di Taman Buah Mekarsari.....	52
Tabel 5.10 Distribusi Nilai Rerata Bauran Pemasaran Menurut Wisatawan di Taman Buah Mekarsari .....	54
Tabel 5.11 Distribusi Hasil Nilai Rerata Variabel Produk Menurut Wisatawan di Taman Buah Mekarsari .....	55
Tabel 5.12 Distribusi Hasil Nilai Rerata Variabel Harga Menurut Wisatawan di Taman Buah Mekarsari .....	57
Tabel 5.13 Distribusi Hasil Nilai Rerata Variabel Promosi di Taman Buah Mekarsari .....	58
Tabel 5.14 Distribusi Hasil Nilai Rerata Variabel Tempat di Taman Buah Mekarsari.....	59
Tabel 5.15 Distribusi Hasil Nilai Rerata Variabel Kepuasan di Taman Buah Mekarsari ....	60
Tabel 5.16 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 5.17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 5.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62



Tabel 5.19 Hasil Regresi Linear Berganda Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Wisatawan .....	63
Tabel 5.20 Kontribusi Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Wisatawan.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The Four P Components of the Marketing Mix .....	11
Gambar 2.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen dan Pengaruh Terhadapnya.....	12
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Konsumen .....	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Taman Buah Mekarsari .....	38
Gambar 4.2 Peta Taman Buah Mekarsari.....	38