

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xvi</b>
<b>INTISARI</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	3
1.3.1. Asumsi	3
1.3.2. Batasan	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>5</b>
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	<b>10</b>
3.1. Restoran Kelas Kecil, Menengah, dan Besar	10
3.2. Indikator Kesuksesan	11
3.3. Diagram Afinitas	12
3.4. Uji Kecukupan	12

3.5. Brand	13
3.6. Teori Pemilihan Lokasi Usaha	13
3.7. Standarisasi data	15
3.8. Model Kano	15
3.9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	17
3.10. Uji Validasi	18
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	<b>19</b>
4.1. Objek Penelitian	19
4.2. Alat dan Bahan	20
4.3. Tahapan Penelitian	21
4.3.1. Studi Literatur Faktor Kesuksesan Restoran Kelas Menengah dan Besar	23
4.3.2. Seleksi Faktor Kesuksesan Restoran Kelas Menengah dan Besar	24
4.3.3. Identifikasi Restoran Kelas Menengah dan Besar Sukses	24
4.3.4. Pengumpulan Data Nilai Faktor Kesuksesan	24
4.3.5. Pengelompokkan Faktor Kesuksesan Sesuai Metode Kano	25
4.3.6. Pembangunan Alternatif Model	25
4.3.7. Uji Validasi dan Pemilihan Model Terbaik	25
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>25</b>
5.1. Penentuan Restoran Kelas Menengah dan Besar Sukses	25
5.2. Faktor Penentu Kesuksesan Restoran Kelas Menengah dan Besar	27
5.3. Penentuan Nilai Faktor Kesuksesan Restoran Kelas Menengah dan Besar	34
5.3.1. Nilai Variabel <i>Food</i> (X1)	34
5.3.2. Nilai Variabel Atmosfer (X2)	35
5.3.3. Nilai Variabel <i>Service</i> (X3)	36
5.3.4. Nilai Variabel <i>Price</i> (X4)	38
5.3.5. Nilai Variabel Lokasi (X5)	39
5.3.6. Nilai Variabel <i>Brand</i> (X6)	41
5.4. Pembangunan Model Kano Alternatif Pertama	42
5.4.1. Pengelompokan Variabel	42
5.4.2. Hasil Uji Determinasi Model	44

5.4.3. Model Terpilih Alternatif Pertama	45
5.5. Pembangunan Model Kano Alternatif Kedua	46
5.5.1. Pengelompokkan Variabel	46
5.5.2. Hasil Uji Determinasi Model	47
5.5.3. Model Terpilih Alternatif Kedua	47
5.6. Evaluasi Model Alternatif Pertama	48
5.6.1. Pengelompokkan Variabel	48
5.6.2. Hasil Uji Determinasi Model	49
5.6.3. Model Terpilih Evaluasi Model Alternatif Pertama	50
5.7. Evaluasi Model Alternatif Kedua	46
5.7.1. Pengelompokkan Variabel	50
5.7.2. Hasil Uji Determinasi Model	51
5.7.3. Model Terpilih Evaluasi Model Alternatif Kedua	51
5.7. Pembahasan Model Terpilih	46
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>57</b>
6.1. Kesimpulan	57
6.2. Saran	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>58</b>