



PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI DI RUMAH MAKAN DI JAWA BARAT

Suresh Kumar, S.T.,M.Si.
Syifa Fauzia, B.B.A.



**Persepsi Pelanggan terhadap
Keputusan Pembelian dan
*Minat Beli di Rumah Makan di
Jawa Barat***

Suresh Kumar, S.T., M.Si

Syifa Fauzia, B.B.A



**YAYASAN PENDIDIKAN
CENDEKIA MUSLIM**

Perumahan Garden's Main, Kecamatan Kibung
Kabupaten Sukoh, Provinsi Sumatera Barat - Indonesia 27361
Telp/WA: 0822-9202-6881
Website: www.cendekiamuslim.com
E-mail: cendekiamuslimpress@gmail.com

Daftar Isi

Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
Prakata	xi
BAB I. Prolog	1
BAB II. Keputusan Pembelian di Rumah Makan	13
BAB III. Membangkitkan Minat Beli di Rumah Makan	17
BAB IV. Rekomendasi dari Mulut ke Mulut	21
BAB V. Suasana Toko Rumah Makan	25
BAB VI. Persepsi Harga	29
BAB VII. Kualitas Makanan di Rumah Makan	33
BAB VIII. Hubungan antar Keputusan Pembelian dengan Minat Beli, Mulut ke Mulut, Suasana Toko, Harga, dan Kualitas Makanan	37
Daftar Pustaka	69
Profil Penulis	81

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI DI RUMAH MAKAN DI JAWA BARAT

Persaingan yang ketat di industri restoran saat ini di Indonesia yang melatarbelakangi penulisan ini. Sebagai strategi bersaing, ini mencoba menggali lebih dalam pengaruh dari variabel mulut ke mulut, suasana toko, harga, dan minat beli terhadap keputusan pembelian pelanggan di salah satu restoran ternama di Bekasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dari mulut ke mulut secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada Rumah Makan Mang Kabayan cabang Bekasi. Variabel suasana toko secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada Rumah Makan Mang Kabayan cabang Bekasi. Variabel harga secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada Rumah Makan Mang Kabayan cabang Bekasi. Variabel kualitas makanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada Rumah Makan Mang Kabayan cabang Bekasi. Variabel minat beli secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Mang Kabayan cabang Bekasi. Buku ini juga memberikan beberapa rekomendasi yang dapat diaplikasikan oleh manajer maupun pemilik restoran agar dapat bersaing dengan restoran lainnya di Bekasi.



Penerbit Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim
Perum Gardena Maisa 2, C.12, Koto Baru, Kubung,
Solok Sumatra Barat – Indonesia 27361
Email : cendekiamuslimpress@gmail.com
Website : www.cendekiamuslim.com

