

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRAC .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
<b>2.1 Kajian Pustaka</b>	
2.1.1 Pemasaran	
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran .....	14
2.1.1.3 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.1.4 Strategi Pemasaran .....	15
2.1.2 Konsep Bauran Pemasaran.....	20
2.1.2.1 <i>Product</i> .....	20
2.1.2.2 <i>Price</i> .....	27
2.1.2.3 <i>Promotion</i> .....	30
2.1.2.4 <i>Place</i> .....	34
2.1.3 Keputusan Pembelian	
2.1.3.1 Model Perilaku Konsumen.....	36
2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian.....	38
2.1.3.3 Keterlibatan Konsumen dan Pembuatan Keputusan Konsumen.....	42

2.1.3.4	Tipe-tipe Keterlibatan .....	43
2.1.3.5	Model Keterlibatan Konsumen .....	44
2.1.3.6	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....	45
2.1.4	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	47
2.1.5	Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
2.2	Kerangka Pemikiran.....	50
2.3	Hipotesis.....	60
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Lokasi Penelitian.....	61
3.2	Metode Penelitian	
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	61
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	62
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	64
3.2.4	Populasi dan Sampel	
3.2.4.1	Populasi Penelitian .....	65
3.2.4.2	Sampel Penelitian.....	66
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.2.6	Skala Pengukuran Variabel .....	68
3.2.7	Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas	
3.2.7.1	Uji Validitas .....	69
3.2.7.2	Uji Reliabilitas.....	71
3.2.7.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	73
3.2.8	Teknik Analisis Data.....	75
3.2.9	Rancangan Pengujian Hipotesis .....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Profil Resto Café Roemah Nenek	
4.1.1	Sejarah Singkat.....	81
4.1.2	Visi dan Misi	82
4.1.3	Logo Resto Café Roemah Nenek	82
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	83
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	84
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	85
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	87
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Utama.....	88

4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan .....	89
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Pekerjaan Sampingan .....	90
4.2.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Asal Pengenalan Resto Café Roemah Nenek.....	91
4.2.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan dalam Sebulan pada Resto Café Roemah Nenek .....	92
4.2.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Datang ke Resto Café Roemah Nenek.....	93
4.2.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Makan di Resto Café Roemah Nenek .....	94
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	
4.3.1	Gambaran Variabel Produk.....	95
4.3.2	Gambaran Variabel Harga.....	102
4.3.3	Gambaran Variabel Promosi.....	110
4.3.4	Gambaran Variabel Tempat .....	118
4.3.5	Gambaran Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .....	128
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	139
4.4.1	Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi .....	140
4.4.2	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	141
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....	142
4.4.4	Model Persamaan Regresi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	146
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	146
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>		
5.1	Kesimpulan.....	149
5.2	Rekomendasi .....	150
DAFTAR PUSTAKA .....		xiv
LAMPIRAN .....		xvi