

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Konsep <i>Delivery Service</i>	13
2.1.1.1 <i>Delivery Service</i> Merupakan Bagian Kualitas Jasa.....	13
2.1.1.2 Definisi <i>Delivery Service</i>	14
2.1.1.3 Faktor-Faktor Pembentuk <i>Delivery Service</i>	16
2.1.1.4 Dimensi <i>Delivery Service</i>	24
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.2.1 Konsep Pembelian.....	26
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perilaku konsumen.....	28

2.1.2.3	Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	32
2.1.2.4	Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	36
2.1.2.5	Pengaruh Pelaksanaan <i>Delivery Service</i> Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.1.2.6	Resume Hasil Penelitian Terdahulu.....	44
2.2	Kerangka Pemikiran	46
2.3	Hipotesis	54
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	56
3.1	Objek Penelitian	56
3.2	Metode Penelitian.....	57
3.2.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2.2	Operasional Variabel.....	59
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	62
3.2.4	Populasi, sample dan Teknik Sampling.....	64
3.2.4.1	Populasi.....	64
3.2.4.2	Sampel	66
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	68
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	73
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	73
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	76
3.2.7	Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	78
3.2.7.1	Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.2.7.2	Analisis Deskriptif	80
3.2.7.3	Analisis Verifikatif Menggunakan Path Analysis	81
3.2.7.4	Rancangan Uji Hipotesis	86

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	90
4.1 Profil Perusahaan dan Konsumen Restoran <i>Fast food</i> McD <i>Delivery Service</i>	90
4.1.1 Profil Perusahaan <i>Fast food</i> Mc. Donald's	90
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	90
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	91
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	92
4.1.2 Profil Konsumen Berdasarkan Karakteristik Demografi, Pengalaman dan Penilaian Terhadap Paket McD <i>Delivery Service</i>	93
4.1.2.1 Paket MDS Terhadap Pekerjaan dan Penghasilan	94
4.1.2.2 Paket MDS Terhadap Tempat Tinggal	97
4.1.2.3 Paket MDS Terhadap Rata-rata Membeli Melalui Mc. <i>Delivery Service</i>	98
4.1.2.4 Paket MDS Terhadap Rata-rata Pengeluaran ...	100
4.1.2.5 Paket MDS Terhadap Waktu Pemesanan	102
4.1.2.6 Paket MDS Terhadap Alasan Membeli MDS...	104
4.1.2.7 Restoran <i>Fast food</i> Yang Sering Dikunjungi Konsumen	106
4.1.2.8 Pelaksanaan McD <i>Delivery Service</i> dan Paket MDS	107
4.1.2.9 Keputusan Pembelian dan Paket MDS	109
4.2 Pelaksanaan McD <i>Delivery Service</i>	111
4.2.1 Pelaksanaan <i>Call Center Agent (14045)</i>	111
4.2.2 Pelaksanaan <i>Operator Store/Delivery Order Taker</i>	114
4.2.3 Pelaksanaan <i>Crew MDS</i>	116
4.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Tentang Pelaksanaan <i>McD Delivery Service</i>	119
4.3 Keputusan Pembelian MDS Di Restoran <i>Fast food</i> McD	121
4.3.1 Pemilihan produk	121

4.3.2	Pertimbangan harga.....	123
4.3.3	Pemilhan Waktu Pembelian	124
4.3.4	Pemilihan Saluran Pembelian	125
4.3.5	Pemilihan Jumlah Pembelian	126
4.3.6	Promosi	127
4.3.7	Aspek Psikologi	129
4.3.8	Rekapitulasi Keputusan Pembelian Di Restoran Cepat Saji McD <i>Delivery Service</i>	130
4.4	Pengaruh <i>Call Center Agent (14045)</i> Terhadap Keputusan Pembelian MDS Di Restoran Fast food McD	131
4.5	Pengaruh <i>Operator Store/Delivery Order Taker</i> Terhadap Keputusan Pembelian MDS Di Restoran Fast food McD	132
4.6	Pengaruh <i>Crew MDS/Rider</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran <i>Fast food</i> McD.	133
4.7	Pengaruh Pelaksanaan McD. <i>Delivery Service</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc. Donald's.....	134
4.8	Implikasi Hasil Penelitian Pada Pendidikan Manajemen Bisnis	138
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	144
5.1	Kesimpulan.....	144
5.2	Rekomendasi	145
	DAFTAR PUSTAKA.....	148
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top 10 Market Global Untuk Konsumsi Fast food Dalam Satu Minggu	2
Tabel 1.2	Market Size Beberapa Sektor Industri Di Indonesia Tahun 2007-2008.....	3
Tabel 1.3	Daftar Perusahaan Restoran <i>Fast food</i> Di Indonesia Tahun 2008	4
Tabel 1.4	Intensitas Kunjungan Konsumen Beberapa Restoran Fast food Daerah Operasional Bandung.....	5
Tabel 1.5	Daftar Store Dan <i>Market Share</i> MDS Bandung.....	7
Tabel 1.6	Volume Penjualan MDS Periode Tahun 2006-2008 McD Dago Square.....	8
Tabel 2.1	Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	33
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	57
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	60
Tabel 3.3	Jenis Dan Sumber Data	63
Tabel 3.4	Rata-rata Pembelian MDS di Dago Square Bandung.....	65
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas	75
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas	78
Tabel 3.7	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif dan Negatif.....	82
Tabel 4.1	Menu Yang Ditawarkan Restoran Mc. Donald's (MDS).....	92
Tabel 4.2	Keterkaitan Paket MDS, Pekerjaan dan Penghasilan.....	93
Tabel 4.3	Keterkaitan Paket MDS dan Tempat Tinggal	94
Tabel 4.4	Keterkaitan Paket MDS dan Rata-Rata Membeli Melalui <i>Delivery Service</i>	97
Tabel 4.5	Keterkaitan Paket MDS dan Rata-Rata Pengeluaran	99
Tabel 4.6	Keterkaitan Paket MDS dan Waktu Pemesanan	100
Tabel 4.7	Keterkaitan Paket MDS dan Alasan Membeli MDS.....	102
Tabel 4.8	Restoran <i>Fast food</i> Yang Sering Dikunjungi	104

Tabel 4.9	Keterkaitan antara Pelaksanaan <i>McD Delivery Service</i> dan Paket MDS	106
Tabel 4.10	Keterkaitan Antara Keputusan Pembelian Dan Paket MDS	108
Tabel 4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Call Center Agent (14045)</i>	109
Tabel 4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Operator Store/Delivery Order Taker</i>	109
Tabel 4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi <i>Crew MDS/Rider</i>	111
Tabel 4.14	Rekapitulasi Skoring Data Pelaksanaan <i>McD Delivery Service</i> ...	114
Tabel 4.15	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Pemilihan Produk	116
Tabel 4.16	Tanggapan Konsumen Terhadap Pertimbangan Harga.....	120
Tabel 4.17	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Waktu Pembelian.....	122
Tabel 4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Saluran Pembelian.....	123
Tabel 4.19	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Jumlah Pembelian.....	124
Tabel 4.20	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Promosi.....	125
Tabel 4.21	Tanggapan Konsumen Terhadap Dimensi Aspek Psikologi.....	126
Tabel 4.22	Rekapitulasi Keputusan Pembelian di Restoran Cepat Saji MDS	128
Tabel 4.23	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Call Center Agent (14045)</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Cepat Saji <i>McD</i>	129
Tabel 4.24	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Operator Store/Delivery Order Taker</i> Terhadap Keputusan Pembelian MDS di Restoran Fast food <i>McD</i>	131
Tabel 4.25	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Crew MDS</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Fastfood <i>McD</i>	132
Tabel 4.26	Matrik Korelasi Antara Dimensi Pelaksanaan <i>Delivery Service</i> Dengan Keputusan Pembelian	135
Tabel 4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Call Center Agent, Operator Store, dan Crew MDS/Rider</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kualitas Jasa.....	18
Gambar 2.2	Penilaian Kualitas Jasa oleh Pelanggan.....	21
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen.....	27
Gambar 2.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
Gambar 2.5	Hubungan Rangsangan Pemasaran dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.6	Model Keterlibatan Konsumen.....	35
Gambar 2.7	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	36
Gambar 2.8	Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	39
Gambar 2.9	Kerangka Pemikiran Pengaruh Pelaksanaan <i>Delivery Service</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
Gambar 2.10	Paradigma Hubungan Pelaksanaan <i>Delivery Service</i> dengan Keputusan Pembelian	54
Gambar 3.1	Sampling Sistematis McD <i>Delivery Service</i> No Populasi Kelipatan Lima yang Diambil (5, 10, 15 dan seterusnya).....	70
Gambar 3.2	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y.....	82
Gambar 3.3	Diagram Jalur Hipotesis	83
Gambar 3.4	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis Utama	84
Gambar 4.1	Paket MDS Dan Tempat Tinggal	98
Gambar 4.2	Paket MDS dan Rata-Rata Membeli Melalui <i>Delivery Service</i>	100
Gambar 4.3	Paket MDS dan Rata-Rata Pengeluaran.....	101
Gambar 4.4	Paket MDS dan Waktu Pemesanan	103
Gambar 4.5	Paket MDS dan Alasan Membeli MDS.....	106
Gambar 4.6	Restoran <i>Fast food</i> Yang Sering Dikunjungi	107
Gambar 4.7	McD <i>Delivery Service</i> dan Paket MDS	109
Gambar 4.8	Keputusan Pembelian dan Paket MDS.....	110
Gambar 4.9	Diagram Jalur Hipotesis	136

DAFTAR LAMPIRAN

No.	JUDUL
1	Instrumen Penelitian
2	Koding Data Interval X1, X2 dan X3
3	Koding Data Interval Y
4	Data Interpolasi
5	Statistika Deskriptif X1, X2 dan X3
6	Hasil Output Validitas dan Realibitas X1
7	Hasil Output Validitas dan Realibitas X2
8	Hasil Output Validitas dan Realibitas X3
9	RIWAYAT HIDUP

