

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1.4 Kerangka Pemikiran.....	10
1.5 Hipotesis.....	20

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Pengertian Pemasaran	22
2.1.1.1 Pemasaran Jasa	23
2.1.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa dan Unsur-unsurnya.....	32
2.1.2 Keputusan Pembelian	69
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	69
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	72
2.1.2.3 Model Pengambilan Keputusan Konsumen.....	80
2.1.2.4 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian	81
2.1.2.5 Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	82
2.1.2.6 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian Konsumen	84
2.1.2.7 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	86
2.1.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian ...	95

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	98
3.2 Metode Penelitian	99
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	99
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	99
3.2.1.2 Metode yang digunakan.....	102
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	103
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	107
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	109
3.2.4.1 Populasi	109
3.2.4.2 Sampel.....	110
3.2.4.3 Teknik Sampel	113
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	115
3.2.6 Validitas, Reliabilitas dan Hasil Pengujian	116
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	116
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	120
3.2.7 Teknik Analisis Data	122
3.2.7.1 Analisis Deskriptif	123
3.2.7.2 Analisis Verifikatif menggunakan <i>Path Analysis</i>	126
3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis	149

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	152
4.1.1 Profil PT Fast Food Indonesia.....	152
4.1.2 Visi dan Misi PT Fast Food Indonesia	155
4.1.3 Struktur Organisasi PT Fast Food Indonesia.....	156
4.2 Karakteristik, Pengalaman, Keterkaitan, dan Penilaian Konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) cabang Merdeka Bandung.....	157
4.2.1 Karakteristik Konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) cabang Merdeka Bandung berdasarkan demografi.....	157
4.2.2 Karakteristik konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) cabang Merdeka Bandung berdasarkan pengalaman.....	160
4.2.3 Keterkaitan antara karakteristik dan pengalaman konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) cabang Merdeka Bandung.....	166
4.3 Tanggapan Responden terhadap pelaksanaan variabel penelitian	172

4.4 Tanggapan Konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC)	
Cabang Merdeka Bandung terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	179
4.5 Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	187
4.6 Rekapitulasi Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Pengaruh	
Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Kentucky</i>	
<i>Fried Chicken</i> (KFC) Cabang Merdeka Bandung	202
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	204
5.2 Rekomendasi.....	206

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

