

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Identifikasi Masalah .....	4
1.3.Pembatasan Masalah.....	5
1.4.Perumusan Masalah.....	5
1.5.Tujuan Penelitian.....	5
1.6.Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1.Kerangka Teoritis .....	7
2.1.1 Kualitas Produk.....	7
2.1.1.1 Defenisi Kualitas .....	7
2.1.1.2 Pengertian Produk.....	8
2.1.1.3 Fungsi Produk.....	11
2.1.1.4 Klasifikasi Produk.....	11

2.1.1.5 Tingkat Produk.....	14
2.1.1.6 Kualitas Produk.....	16
2.1.1.7 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Nilai Emosional.....	20
2.1.2.1 Pengertian Emosi.....	20
2.1.2.2 Pengertian Nilai Emosional ( <i>Emotional Value</i> ).....	21
2.1.2.3 Hirarki Nilai Emosional.....	24
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.1 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.2 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	29
2.2. Penelitian Relevan.....	31
2.3. Kerangka Berfikir.....	36
2.4. Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.2. Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1. Populasi.....	39
3.2.2. Sampel.....	39
3.3. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	40
3.3.1. Variabel Penelitian.....	40
3.3.2. Defenisi Operasional.....	41

3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5. Teknik Analisis Data .....	45
3.5.1. Uji Normalitas Data.....	46
3.5.2. Uji Asumsi Klasik .....	47
3.6. Pengujian Hipotesis .....	48
3.6.1. Uji Simultan (Uji F).....	48
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4. 1. Hasil Penelitian .....	51
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan Jittlada Thai Cuisine .....	51
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan Jittlada Thai Cuisine Cambridge Medan .....	55
4.1.3 Visi dan Misi Restoran Jittlada Thai Cuisine .....	56
4.1.3.1 Visi Restoran Jittlada Thai Cuisine .....	56
4.1.3.2 Misi Restoran Jittlada Thai Cuisine .....	56
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	57
4.2.1 Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	57
4.2.2 Variabel Nilai Emosional ( $X_2$ ) .....	58
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	59
4.3 Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	60
4.3.1 Kecenderungan Umum Responden tentang Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	60
4.3.2 Kecenderungan Umum Responden tentang Nilai Emosional ( $X_2$ ) .....	61

4.3.3 Kecenderungan Umum Responden tentang	
Keputusan Pembelian (Y) .....	62
4.4 Analisis Data .....	62
4.1.1 Uji Normalitas Data .....	62
4.4.2 Uji asumsi Klasik .....	63
4.4.2.1 Uji Multikolinearitas .....	64
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.5 Pengujian Model Regresi Linier Berganda .....	66
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan nilai Emosional ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	66
4.5.2 Uji Simultan (Uji F) .....	68
4.5.3 Uji Parsial (Uji t) .....	68
4.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

