

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Rumusan Masalah	12
1.5. Tujuan Penelitian	13
1.6. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	16
2.2. Keputusan Pembelian	17
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.3. Citra Merek	24
2.3.1 Pengertian Citra Merek	24
2.3.2 Membangun Citra Merek	26
2.3.3 Manfaat Merek	26
2.3.4 Indikator Citra Merek	27
2.4. Lokasi	29
2.4.1 Pengertian Lokasi	29
2.4.2 Pemilihan Lokasi	31
2.4.3 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Lokasi	32
2.4.4 Indikator Lokasi	35
2.5. Promosi	36
2.5.1 Pengertian Promosi	36
2.5.2 Strategi Promosi	38
2.5.3 Tujuan Promosi	39

2.5.4	Indikator Promosi	40
2.6.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
2.7.	Kerangka Berpikir	45
2.7.1	Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	45
2.7.2	Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian	46
2.7.3	Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	46
2.7.4	Hubungan antara Citra Merek, Lokasi, dan Promosi dengan Keputusan Pembelian	47
2.8.	Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.2.	Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1.	Populasi	49
3.2.2.	Sampel	50
3.3	Jenis dan Sumber Data	51
3.3.1	Jenis Data	51
3.3.2	Sumber Data.....	51
3.4	Defenisi Operasional Variabel	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.	Teknik Analisis Data	56
3.6.1.	Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	58
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	58
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	59
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	60
3.6.2.4	Analisis Regresi	61
3.6.3.	Uji Hipotesis.....	62
3.6.3.1	Uji Secara Parsial (Uji - t).....	62
3.6.3.2	Uji Simultan Signifikan (Uji - F).....	62
3.6.3.3	Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1	Profil Singkat.....	64
4.1.2	Visi dan Misi Pizza Hut	65
4.1.3	Struktur Organisasi Pizza Hut	65
4.2	Hasil Deskriptif Penelitian	66
4.2.1	Karakteristik Responden	66
4.2.2	Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
4.2.3	Rekapitulasi Analisis Deskriptif.....	92
4.3	Hasil Analisis Data.....	93

4.3.1 Uji Validitas	93
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	95
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	96
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	99
4.3.5 Uji-t	101
4.3.6 Uji-F	103
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	104
4.4 Pembahasan.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
Lampiran 1 Kuesioner.....	118
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	122
Lampiran 3 Hasil Analisis Data Deskriptif.....	130
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	139
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	144
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	147
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	149

