

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR ISTILAH .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3    Perumusan Masalah.....	10
1.4    Tujuan Penelitian.....	11
1.5    Manfaat Penelitian.....	11
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	13
2.1    Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1    Pemasaran .....	13
2.1.2    Perilaku Konsumen .....	13
2.1.3    Preferensi.....	14
2.1.4    Bauran Pemasaran .....	15

2.1.5	Restoran Cepat Saji .....	17
2.1.6	Atribut .....	18
2.1.7	<i>Value</i> .....	23
2.1.8	<i>Customer Value</i> .....	23
2.1.9	<i>Customer Value Index</i> .....	23
2.1.10	<i>Value Driver</i> .....	23
2.2	Penelitian Terdahulu .....	24
2.2.1	Jurnal Internasional .....	24
2.2.2	Jurnal Nasional .....	27
2.3	Kerangka Pemikiran .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		33
3.1	Karakteristik Penelitian .....	33
3.2	Alat Pengumpulan Data .....	34
3.2.1	Variabel Penelitian .....	34
3.2.2	Skala Pengukuran .....	34
3.2.3	Tahap Penelitian .....	36
3.2.4	Populasi dan Sampel .....	37
3.2.5	Teknik <i>Sampling</i> .....	38
3.3	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	39
3.4	Teknik Analisis Data .....	40
3.4.1	Analisis Konjoin .....	40
3.4.2	Tahap Analisis Konjoin .....	41
3.4.3	Uji Signifikansi dan Akurasi .....	44
3.4.4	Menghitung <i>Customer Value Index</i> .....	45
3.4.5	Menentukan <i>Value Driver</i> .....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1    Pengumpulan Data .....	47
4.1.1 <i>Screening Question</i> .....	47
4.1.2    Karakteristik Reponden.....	48
4.2    Pengolahan Data.....	55
4.2.1    Hasil Nilai Kepentingan ( <i>Importance Value</i> ) .....	56
4.2.2    Hasil Nilai Kegunaan ( <i>Utility</i> ) .....	57
4.2.3    Uji Signifikansi dan <i>Predictive Accuracy</i> .....	58
4.3    Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 <i>Analisis Customer Value Index</i> .....	58
4.3.2 <i>Value Driver</i> .....	60
4.3.3    Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1    Kesimpulan.....	61
5.2    Saran .....	61
5.2.1    Aspek Praktis .....	61
5.2.2    Aspek Teoritis .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN I .....	xvii
LAMPIRAN II .....	xvii
LAMPIRAN III.....	xvii
LAMPIRAN IV.....	xxiv
LAMPIRAN V .....	xxx