

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Struktur Organisasi.....	3
1.1.5 Nilai Organisasi Pizza Hut, Produk dan layanan Pizza Hut.	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	27
1.4 Tujuan Penelitian	28
1.5 Kegunaan Penelitian	28
1.5.1 Kegunaan Teoritis	28
1.5.2 Aspek Praktis.....	28
1.6 Sistematika Penulisan	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	30
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	30
2.1.1 Pemasaran.....	30
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	30
2.1.3 <i>Product</i>	31
2.1.4 <i>Price</i>	32
2.1.5 <i>Place</i>	34
2.1.6 <i>Promotion</i>	35
2.1.7 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	37
2.1.8 Keputusan Pembelian	39
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.2.1 Ulasan Jurnal Internasional	44
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional	49
2.2.3 Ulasan Skripsi Terdahulu	54
2.3 Kerangka Pemikiran.....	59
2.4 Hipotesis Penelitian	63

2.5	Ruang Lingkup Penelitian	63
BAB III	METODE PENELITIAN	64
3.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	64
3.3	Populasi dan Sampel	69
3.4	Pengumpulan Data	67
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	67
3.6	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	72
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.8	Teknik Analisis Data.....	73
3.9	Pengujian Hipotesis	76
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1	Pengumpulan Data	81
4.2	Karakteristik Responden	81
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah / Daerah	82
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	83
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	84
4.3	Hasil Penelitian	84
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	85
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	118
4.3.2.1	Uji Normalitas.....	118
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas	121
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	122
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	123
4.3.4	Uji Hipotesis	125
4.3.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	125
4.3.4.2	Signifikansi Parsial (Uji-T).....	127
4.3.4.3	Besarnya Pengaruh secara Parsial	130
4.3.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	131
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	132
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	145
5.1	Kesimpulan	145
5.2	Saran	148
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	148
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	152
DAFTAR PUSTAKA	153