

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1. McDonald's	1
1.1.2. Logo Perusahaan.....	1
1.1.3. Visi dan Misi.....	2
1.1.4. KFC	2
1.1.5. Logo Perusahaan.....	3
1.1.6. Visi dan Misi.....	3
1.1.7. Burger King Indonesia.....	3
1.1.8. Logo Perusahaan.....	4
1.1.9. Visi dan Misi.....	4
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Keuntungan Penelitian	7
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2. Aspek Praktis	8
1.5.3. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Pengertian <i>Analytical Hierarchy Process</i>	9
2.1.2. Prinsip Dasar <i>Analytical Hierarchy Process</i>	9
2.1.3. Pengertian Preferensi Konsumen	10
2.1.4. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi.....	10
2.2. Dimensi Preferensi Konsumen	12
2.2.1. Pengertian Konsumen.....	14

2.2.2.	Jenis-Jenis Konsumen	14
2.2.3.	Hak dan Kewajiban Konsumen	15
2.2.4.	Pengertian Keputusan Konsumen	16
2.2.5.	Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.2.6.	Hubungan Preferensi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	17
2.2.7.	Makanan Cepat Saji.....	17
2.2.8.	Konsumen Makanan Cepat Saji.....	17
2.3.	Penelitian Terdahulu	18
2.4.1.	Ulasan Penelitian Skripsi, Jurnal Nasional dan Jurnal International.....	18
2.4.	Kerangka Pemikiran.....	24
2.5.	Ruang Lingkup Penelitian.....	25
2.6.	Lokasi dan Objek Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1.	Jenis Penelitian	26
3.2.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	26
3.2.1.	Variabel Operasional	26
3.2.2.	Skala Pengukuran	27
3.2.3.	Tahapan Penelitian	28
3.3.	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1.	Populasi dan Sampel	29
3.4.	Pengumpulan Data	30
3.4.1.	Data Primer	30
3.4.2.	Data Sekunder	31
3.5.	Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1.	Analitik Herarki Proses	32
3.5.2.	Prinsip Dasar Analitik Herarki Proses.....	34
3.5.3.	Penyusunan prioritas	35
3.5.4.	Eigen value dan eigen vector.....	37
3.5.5.	Uji konsistensi indeks dan rasio.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1.	Pengumpulan Data	40
4.2.	Karakteristik Responden.....	40
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.3.	Hasil Penelitian	42
4.3.1.	Pemilihan Kriteria dan Alternatif	42
4.3.2.	<i>Comparison Matriks</i> Berdasarkan Kriteria Utama	45

4.3.3.	<i>Comparison Matriks</i> Berdasarkan Perbandingan Alternatif Pilihan	45
4.3.4.	<i>Synthesis of Priority</i>	46
4.3.5.	<i>Consistency</i>	49
4.4.	Pembahasan	57
4.4.1.	Analisis Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden	57
4.4.2.	Analisis Berdasarkan Kriteria Perbandingan Berpasangan	57
4.4.3.	Analisis Berdasarkan Alternatif Pilihan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1.	Kesimpulan	60
5.2.	Saran	60
5.2.1.	Saran Untuk Perusahaan	60
5.2.2.	Saran Untuk Penulis	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		68