

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Soto Betawi Djimat	1
1.1.2 Struktur Organisasi Sederhana	2
1.2 Latar Belakang	3
1.2.1 Rumusan Masalah	18
1.2.2 Tujuan Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori Terkait Penelitian	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Strategi pemasaran	21
2.1.3 STP (<i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>)	22
2.1.4 Repurchase Intention	25
2.1.5 Bauran pemasaran	26
2.1.6 Analisis SWOT	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.2.1 Jurnal Nasional	30
2.2.2 Skripsi Terdahulu	36

2.2.3	Jurnal Internasional	40
2.3	kerangka Pemikiran	46
2.4	Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Pendekatan Penelitian.....	50
3.3	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	51
3.3.1	Variabel Operasional Penelitian	51
3.3.2	Skala Pengukuran	53
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	55
3.5.1	Data Primer	55
3.5.1.1	Wawancara.....	55
3.5.1.2	Kuesioner	58
3.5.1.3	Observasi.....	58
3.5.2	Data Sekunder	59
3.6	Populasi dan Sampel Penelitian	60
3.6.1	Populasi	60
3.6.2	Sampel	60
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.8	Teknik Analisis Data	66
3.8.1	Teknik Analisis Data Wawancara.....	66
3.8.2	Analisis Deskriptif	68
3.8.3	Analisis Analisis Regresi Linier Berganda	69
3.9	Uji Asumsi Klasik	70
3.9.1	Uji Normalitas	70
3.9.2	Uji Multikolinearitas	70
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	71

3.10	Uji Hipotesis.....	71
3.10.1	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	71
3.10.2	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	72
3.11	Triangulasi Data	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Karakteristik Informan	75
4.2	Analisis Kompetitor	79
4.3	Hasil Penelitian.....	82
4.3.1	Hasil Penelitian Wawancara	82
4.4.2	Hasil Penelitian Metode Survei.....	99
4.4	STP (Segmentation, Targeting, and Positioning).....	122
4.4.1	Segmentasi Pasar.....	122
4.4.2	Targeting	122
4.4.3	Positioning	123
4.5	Pembahasan Wawancara	124
4.5.1	Analisa SWOT	124
4.6	Pembahasan Data Survei	129
4.6.1	Uji Hipotesis 1: Product memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	133
4.6.2	Uji Hipotesis 2: Price memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.	134
4.6.3	Uji Hipotesis 3: Place memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	134
4.6.4	Uji Hipotesis 4: Promotion memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	135
4.6.5	Uji Hipotesis 5: Process memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	135
4.6.6	Uji Hipotesis 6: People memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	136
4.6.7	Uji Hipotesis 7: Physical Evidence memiliki pengaruh terhadap <i>repurchase intention</i> pada Soto Betawi Djimat.....	137
4.7	Triangulasi Dan Verifikasi	138

4.7.1	Product (Produk)	138
4.7.2	Price (Harga)	139
4.7.3	Promotion (Promosi).....	139
4.7.4	Place (Lokasi).....	140
4.7.5	People (Penyedia Jasa).....	140
4.7.6	Process (Proses)	140
4.7.7	Physical Evidence (Bukti Fisik).....	141
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....		143
5.1	Kesimpulan.....	143
5.1.1	Saran	144
5.1.2	Saran Akademis.....	144
5.1.3	Saran Praktis	144
5.1.4	Saran Umum.....	145
DAFTAR PUSTAKA		146
LAMPIRAN.....		153