

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Definisi Manajemen	12
2.2 Definisi Industri Kreatif	13
2.3 Pemasaran	13
2.3.1 Pengertian Pemasaran	13
2.3.2 Manajemen Pemasaran	14
2.3.3 Bauran Pemasaran	15
2.3.4 Perilaku Konsumen	17
2.3.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.4 Theory of Reasoned Action (TRA)	21
2.5 Theory of Planned Behaviour	21
2.6 Kualitas Produk	22
2.6.1 Rasa Produk	22
2.7 Cita Rasa	22
2.8 Kualitas Pelayanan	24
2.8.1 Definisi Kualitas Pelayanan	24
2.8.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	24
2.8.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	27
2.9 Keputusan Pembelian	28

2.9.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	28
2.9.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	29
2.9.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
2.9.4 Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.10 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Model Konseptual Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian.....	37
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.4 Hubungan Antar Variabel.....	39
3.4.1 Hubungan Antar Cita Rasa dan Keputusan Pembelian.....	39
3.4.2 Hubungan Antar Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.....	40
3.5 Hipotesis Penelitian.....	40
3.6 Unit Analisis, Populasi, Sampel.....	41
3.6.1 Jenis Penelitian.....	41
3.6.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.6.3 Unit Analisis.....	42
3.6.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.6.5 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
3.6.6.1 Populasi.....	43
3.6.6.2 Sampel.....	44
3.6.6.3 Kriteria Sampel.....	44
3.6.6.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7 <i>Pre-Test</i>	45
3.7.1 Uji Validitas.....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	46
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	47
3.8 Uji Hipotesis.....	47
3.8.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.8.3 Uji T.....	48
3.8.4 Uji F.....	49
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil Perusahaan.....	50
4.2 Analisis Hasil <i>Pre-Test</i>	51
4.2.1 Uji Validitas.....	51

4.2.2 Uji Validitas Variabel Cita Rasa	51
4.2.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	52
4.2.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	53
4.2.5 Uji Reliabilitas	53
4.3 Deskripsi Profil Responden	54
4.3.1 Responden Rate	54
4.3.2 Jenis Kelamin	55
4.3.3 Usia Responden	56
4.3.4 Jenis Pekerjaan Responden	57
4.4 <i>Main Test</i>	57
4.4.1 Uji Validitas	57
4.4.1.1 Uji Validitas Variabel Cita Rasa	58
4.4.1.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	59
4.4.1.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	60
4.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.5.1 Uji Normalitas	61
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	62
4.5.3 Uji Multikolinearitas	63
4.6 Analisis Uji Hipotesis	64
4.6.1 Analisis Uji Regresi Linear Berganda	64
4.6.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.6.3 Analisis Uji T	66
4.6.4 Analisis Uji F	67
4.7 Analisis Nilai Mean	68
4.7.1 Analisis Nilai Mean Variabel Cita Rasa	68
4.7.2 Analisis Nilai Mean Variabel Kualitas Pelayanan	69
4.7.3 Analisis Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian	70
4.8 Pembahasan	70
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan Hasil Penelitian	73
5.3 Saran	73
5.3.1 Implikasi Manajerial	73
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	80
LAMPIRAN	