

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Identifikasi masalah.....	11
C. Rumusan masalah	12
D. Tujuan penelitian.....	13
E. Kegunaan penelitian.....	13
F. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian.....	14
G. Penegasan istilah	15
H. Sistematika skripsi.....	16

BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Strategi pemasaran.....	19
B. Promosi	22
C. Harga	25
D. Variasi menu.....	30
E. Citra merek	31
F. Keputusan pembelian.....	35
G. Hasil penelitian terdahulu.....	38
H. Kerangka konseptual	49
I. Hipotesis penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	52
B. Populasi, sampling dan sampel penelitian	52
C. Sumber data, variabel dan skala pengukurannya.....	54
D. Teknik pengumpulan data instrumen penelitian	56
E. Teknik analisis data	59
1. Uji instrumen penelitian	59
a. Uji validitas	59
b. Uji reliabilitas	59
2. Uji asumsi klasik	60
a. Uji normalitas.....	60
b. Uji multikolinieritas.....	60
c. Uji heteroskedastisitas.....	61

3. Uji regresi linear berganda	61
4. Uji hipotesis.....	62
a. Uji simultan (uji-f)	62
b. Uji parsial (uji-t)	63
c. Uji koefisien determinasi	63
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	64
A. Gambaran objek penelitian.....	64
B. Deskripsi karakteristik responden.....	69
C. Deskripsi variabel	71
D. Uji keabsahan data.....	76
BAB V PEMBAHASAN	88
A. Pengaruh promosi, harga, variasi menu dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada <i>Astrid Catering</i> Tulungagung	88
B. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha <i>Astrid Catering</i> Tulungagung.....	89
C. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada usaha <i>Astrid Catering</i> Tulungagung.....	91
D. Pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian pada usaha <i>Astrid Catering</i> Tulungagung	92
E. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada usaha <i>Astrid Catering</i> Tulungagung.....	94

BAB VI PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	49
Bagan 4.1	Struktur Organisasi Astrid <i>Catering</i> Tulungagung.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert	55
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	56
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4	Distribusi Variabel Promosi (X_1).....	70
Tabel 4.5	Distribusi Variabel Harga (X_2)	71
Tabel 4.6	Distribusi Variabel Variasi Menu (X_3)	72
Tabel 4.7	Distribusi Variabel Citra Merek (X_4).....	73
Tabel 4.8	Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	79
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	82
Tabel 4.16	Hasil Uji T	84
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Analisis Uji Validitas Data

Lampiran 4 : Hasil Analisis Uji Reliabilitas Data

Lampiran 5 : Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Hasil Analisis Uji Hipotesis

Lampiran 7 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 8 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi

Lampiran 9 : Bukti Kuesioner Google Form

Lampiran 10: Dokumentasi

Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup Penulis