

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Kegunaan Penelitian	11
1.6.1 Kegunaan Operasional (Praktis)	11
1.6.2 Kegunaan Pengembangan ilmu (Teoritis).....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen	13
2.1.1.1 Fungsi-Fungsi Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	21

2.1.3	Manajemen Pemasaran Jasa.....	26
2.1.3.1	Karakteristik Jasa	28
2.1.4	Perilaku Konsumen	32
2.1.4.1	Lingkup Perilaku Konsumen	34
2.1.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	37
2.1.4.3	Dimensi Perilaku Konsumen.....	44
2.1.5	Proses Psikologis Konsumen.....	44
2.1.5.1	Dimensi Proses Psikologis	45
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	45
2.1.6.1	Proses Keputusan Pembelian	51
2.1.6.2	Dimensi Keputusan Pembelian.....	51
2.1.6.3	Penelitian Terdahulu.....	54
2.2	Kerangka Pemikiran	55
2.2.1	Hubungan Perilaku Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	55
2.2.2	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.2.3	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.2.4	Paradigma Penelitian	57
2.3	Hipotesis Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN.....		60

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	60
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	60
3.3 Operasional Variabel	61
3.4 Teknik Dan Cara Pengumpulan Data	65
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	65
3.4.2 Cara Pengumpulan Data	66
3.5 Teknik Penentuan sampel	68
3.6 Metode Pengujian Data	71
3.6.1 Uji Validitas	71
3.6.2 Uji Reliabilitas	72
3.7 Metode Analisis Data	74
3.7.1 Analisis Deskriptif	74
3.7.2 Analisis Verifikatif	75
3.7.2.1 Analisis Korelasi	75
3.7.2.2 Analisis Jalur (Path Analysis)	76
3.7.2.3 Koefisien Determinasi	78
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	80
4.1.1 Profil Perusahaan	80
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	83
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	84
4.2 Karakteristik Responden	88

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	88
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan...	89
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	90
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	92
4.3	Hasil Pengujian Data	93
4.3.1	Hasil Uji Validitas	93
4.3.1.1	Validitas Variabel X1 (Perilaku Konsumen).....	94
4.3.1.2	Validitas Variabel X2 (Proses Psikologis).....	95
4.3.1.3	Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	96
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	96
4.3.2.1	Koefisien Reliabilitas Variabel X1 (Perilaku Konsumen).....	97
4.3.2.2	Koefisien Reliabilitas Variabel X2 (Proses Psikologis).....	97
4.3.2.3	Koefisien Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	98
4.4	Hasil Analisis Deskriptif	99
4.4.1	Gambaran Perilaku Konsumen Straits Kitchen.....	99

4.4.1.1	Penilaian Responden Secara Keseluruhan Terhadap Perilaku Konsumen.....	116
4.4.2	Gambaran Proses Psikologis Konsumen Straits Kitchen.....	117
4.4.2.1	Penilaian Responden Secara Keseluruhan Terhadap Proses Psikologis	135
4.4.3	Gambaran Keputusan Pembelian Konsumen Straits Kitchen.....	136
4.4.3.1	Penilaian Responden Secara Keseluruhan Terhadap Keputusan Pembelian.....	148
4.4.4	Statistik Deskriptif Skor Rata-rata Variabel	149
4.5	Hasil Analisis Verifikatif	150
4.5.1	Analisis Korelasi.....	150
4.5.2	Analisis Jalur (Path Analisis)	151
4.5.2.1	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung	153
4.5.3	Koefisien Determinasi	154
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	155
4.6.1	Gambaran Perilaku Konsumen Straits Kitchen	155
4.6.2	Gambaran Proses Psikologis Konsumen Straits Kitchen.....	156
4.6.3	Gambaran Keputusan Pembelian Konsumen Straits Kitchen.....	158

4.6.4 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	159
4.6.5 Pengaruh Proses Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian.....	160
4.6.6 Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Proses Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	162
4.7 Uji Hipotesis.....	162
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	166
5.1 Kesimpulan.....	166
5.2 Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA.....	xxi



DAFTAR TABEL

1.1	Daftar Tenant di Straits Kitchen	3
1.2	Data Penjualan di Straits Kitchen 2012-2016.....	4
1.3	Data Penjualan di Straits Kitchen.....	5
1.4	Hasil Pra Survei Terhadap 30 Responden.....	6
2.1	Penelitian Terdahulu	54
3.1	Rencana Waktu Penelitian.....	61
3.2	Operasionalisasi Variabel	63
3.3	Skala Likert	68
3.4	Kriteria Penelitian Kondisi Variabel Penelitian	75
3.5	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	76
4.1	Daftar Produk Straits Kitchen.....	81
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	89
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	92
4.7	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen (X1).....	94
4.8	Hasil Uji Validitas Proses Psikologis (X2)	95
4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	96
4.10	Koefisien Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen (X1)	97

4.11	Koefisien Reliabilitas Variabel Proses Psikologis (X2)	98
4.12	Koefisien Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	98
4.13	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi dari iklan perusahaan).....	99
4.14	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi dari sosial media)	100
4.15	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi dari teman/kerabat)	101
4.16	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi produk yang ada di Straits Kitchen dari media internet)	102
4.17	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi produk yang ada di Straits Kitchen dari katalog perusahaan).....	103
4.18	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi produk yang ada di Straits Kitchen dari petugasnya langsung)	104
4.19	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi harga produk Straits Kitchen).	105
4.20	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapatkan informasi produk makanan yang Anda inginkan).....	106

4.21	Tanggapan Responden (Anda datang ke Straits Kitchen karena mendapat informasi produk minuman yang Anda inginkan)..107	
4.22	Tanggapan Responden (Anda menikmati makanan yang di beli di Straits Kitchen dengan baik)	108
4.23	Tanggapan Responden (Anda menikmati minuman yang di beli di Straits Kitchen dengan baik)	109
4.24	Tanggapan Responden (Anda menikmati suasana tempat yang nyaman di Straits Kitchen).....	110
4.25	Tanggapan Responden (Anda merasakan service/pelayanan dari petugas Straits Kitchen dengan baik).....	111
4.26	Tanggapan Responden (Anda menikmati fasilitas yang di sediakan Straits Kitchen dengan baik)	112
4.27	Tanggapan Responden (Anda menghabiskan makanan yang dibeli di Straits Kitchen).....	113
4.28	Tanggapan Responden (Anda menghabiskan minuman yang dibeli di Straits Kitchen).....	114
4.29	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen (X1)	115
4.30	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena produknya beraneka ragam)	116
4.31	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena desain interior tempatnya yang menarik).....	117

4.32	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena lokasinya mudah dijangkau).....	118
4.33	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena promosi yang dilakukan menarik).....	119
4.34	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena harga produknya kompetitif).....	120
4.35	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena mengetahui citra Straits Kitchen dengan baik)	121
4.36	Tanggapan Responden (Anda membeli di Straits Kitchen karena mengenal produk yang Anda beli).....	122
4.37	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa Straits Kitchen mempunyai lokasi yang strategis)	123
4.38	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa Straits Kitchen mempunyai tempat makan yang nyaman).....	124
4.39	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa jenis makanan di Straits Kitchen bervariasi)	125
4.40	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa harga makanan di Straits Kitchen terjangkau).....	126
4.41	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa di Straits Kitchen kebersihan tempatnya terjaga)	127
4.42	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa di Straits Kitchen memberikan kemudahan dalam bertransaksi).....	128

4.43	Tanggapan Responden (Anda mengetahui bahwa petugas Straits Kitchen memberikan pelayanan yang baik).....	129
4.44	Tanggapan Responden (Anda yakin bahwa Straits Kitchen menyajikan makanan sesuai selera Anda).....	130
4.45	Tanggapan Responden (Anda yakin bahwa Straits Kitchen menata makanan yang disajikan dengan baik)	131
4.46	Tanggapan Responden (Anda yakin bahwa Straits Kitchen menyediakan tempat makan yang bersih untuk customer)	132
4.47	Tanggapan Responden (Anda yakin bahwa Straits Kitchen menutamakan kecepatan dalam bertransaksi).....	133
4.48	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Proses Psikologis..	135
4.49	Tanggapan Responden (Anda membeli makanan ke Straits Kitchen karena keragaman produknya memberikan banyak pilihan).....	136
4.50	Tanggapan Responden (Anda membeli produk di Straits Kitchen karena kualitas rasanya yang baik)	137
4.51	Tanggapan Responden (Anda memilih produk makanan di Straits Kitchen karena citra Straits Kitchen yang baik)	138
4.52	Tanggapan Responden (Anda memilih produk makanan di Straits Kitchen karena pengetahuan Anda mengenai kualitas produk yang dibeli)	139
4.53	Tanggapan Responden (Anda datang membeli produk di Straits Kitchen ketika weekday).....	140

4.54	Tanggapan Responden (Anda datang membeli produk di Straits Kitchen ketika weekend)	141
4.55	Tanggapan Responden (Anda datang membeli produk di Straits Kitchen di waktu public holiday)	142
4.56	Tanggapan Responden (Anda datang membeli produk di Straits Kitchen ketika diadakan promo saja).....	143
4.57	Tanggapan Responden (Keberagaman metode pembayaran di Straits Kitchen memberikan kemudahan dalam bertransaksi).....	144
4.58	Tanggapan Responden (Di Straits Kitchen memberikan kenyamanan dalam bertransaksi)	145
4.59	Tanggapan Responden (Di Straits Kitchen mengutamakan kecepatan dalam bertansaksi sehingga tidak mengantri lama)...	146
4.60	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	148
4.61	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian	149
4.62	Kriteria Ketercapaian Skor Tiap Variabel	149
4.63	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	151
4.64	Hasil Analisis Jalur	151
4.65	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	153
4.66	Koefisien Determinasi	154
4.67	Uji Hipotesis Secara Simultan.....	163
4.68	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	16

DAFTAR GAMBAR

2.1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	23
2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	37
2.3 Hierarki Kebutuhan Maslow	46
2.4 Proses Keputusan Pembelian.....	49
2.5 Paradigma Penelitian	57
3.1 Analisis Jalur.....	77
4.1 Struktur Organisasi Straits Kitchen	84
4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	89
4.3 Diagram Pendidikan Responden	90
4.4 Diagram Pekerjaan Responden.....	91
4.5 Diagram Usia Responden.....	92
4.6 Diagram Pendapatan Responden.....	94
4.7 Garis Kontinum Pernyataan No.1	100
4.8 Garis Kontinum Pernyataan No.2	101
4.9 Garis Kontinum Pernyataan No.3	102
4.10 Garis Kontinum Pernyataan No.4	103
4.11 Garis Kontinum Pernyataan No.5	104
4.12 Garis Kontinum Pernyataan No.6	105
4.13 Garis Kontinum Pernyataan No.7	106
4.14 Garis Kontinum Pernyataan No.8	107
4.15 Garis Kontinum Pernyataan No.9	108
4.16 Garis Kontinum Pernyataan No.10	109

4.17 Garis Kontinum Pernyataan No.11	110
4.18 Garis Kontinum Pernyataan No.12	111
4.19 Garis Kontinum Pernyataan No.13	112
4.20 Garis Kontinum Pernyataan No.14	113
4.21 Garis Kontinum Pernyataan No.15	114
4.22 Garis Kontinum Pernyataan No.16	115
4.23 Garis Kontinum Pernyataan No.17	117
4.24 Garis Kontinum Pernyataan No.18	118
4.25 Garis Kontinum Pernyataan No.19	119
4.26 Garis Kontinum Pernyataan No.20	120
4.27 Garis Kontinum Pernyataan No.21	121
4.28 Garis Kontinum Pernyataan No.22	122
4.29 Garis Kontinum Pernyataan No.23	123
4.30 Garis Kontinum Pernyataan No.24	124
4.31 Garis Kontinum Pernyataan No.25	125
4.32 Garis Kontinum Pernyataan No.26	126
4.33 Garis Kontinum Pernyataan No.27	128
4.34 Garis Kontinum Pernyataan No.28	129
4.35 Garis Kontinum Pernyataan No.29	130
4.36 Garis Kontinum Pernyataan No.30	131
4.37 Garis Kontinum Pernyataan No.31	132
4.38 Garis Kontinum Pernyataan No.32	133
4.39 Garis Kontinum Pernyataan No.33	134

4.40 Garis Kontinum Pernyataan No.34	135
4.41 Garis Kontinum Pernyataan No.35	137
4.42 Garis Kontinum Pernyataan No.36	138
4.43 Garis Kontinum Pernyataan No.37	139
4.44 Garis Kontinum Pernyataan No.38	140
4.45 Garis Kontinum Pernyataan No.39	141
4.46 Garis Kontinum Pernyataan No.40	142
4.47 Garis Kontinum Pernyataan No.41	143
4.48 Garis Kontinum Pernyataan No.42	144
4.49 Garis Kontinum Pernyataan No.43	145
4.50 Garis Kontinum Pernyataan No.44	146
4.51 Garis Kontinum Pernyataan No.45	147
4.52 Analisis Jalur (Path Analisis).....	152



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Keaslian Karya
2. Surat Keterangan Penelitian
3. Jadwal Bimbingan
4. Jadwal Penelitian
5. Surat Permohonan Pengisian Angket Kuesioner
6. Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel X1 (Perilaku Konsumen)
7. Successive Interval Variabel X1 (Perilaku Konsumen)
8. Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel X2 (Proses Psikologis)
9. Successive Interval Variabel X2 (Proses Psikologis)
10. Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel Y (Keputusan Pembelian)
11. Successive Interval Variabel Y (Keputusan Pembelian)
12. Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Perilaku Konsumen)
13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Perilaku Konsumen)
14. Hasil Frekuensi Variabel X1 (Perilaku Konsumen)
15. Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Proses Psikologis)
16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Proses Psikologis)
17. Hasil Frekuensi Variabel X2 (Proses Psikologis)
18. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)
19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)
20. Hasil Frekuensi Variabel Y (Keputusan Pembelian)
21. Hasil Analisis Korelasi
22. Hasil Analisis Jalur (Path Analisis)