

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC).....	1
1.1.2 Profil KFC Indonesia.....	2
1.1.3 Visi, Misi, dan Obyektif KFC	2
a. Visi.....	2
b. Misi	2
1.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan.....	3
a. Produk Perusahaan.....	3
b. Layanan Perusahaan	5
1.1.5 Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab	7
a. Struktur Organisasi KFC Cabang Buah Batu, Bandung	7
b. Tugas dan Tanggung Jawab.....	8
1.2 Latar Belakang Penelitian	9

1.3 Perumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Kegunaan Penelitian	23
1.5.1 Kegunaan Teoritis	23
1.5.2 Kegunaan Praktis	24
1.6 Sistematika Penulisan	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Tinjauan Pustaka	25
2.1.1 Pemasaran	25
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	25
2.1.3 Perkembangan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) dari 4P, 7P, dan 9P	26
a. 4P <i>Marketing Mix (Product, Price, Place and Promotion)</i>	26
b. 7P <i>Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence)</i>	28
c. 9P <i>Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging and Payment)</i>	29
2.1.4 Minat Beli	36
2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	37
2.1.6 Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	63
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	64
2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	64
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	64
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	64

BAB III METODE PENELITIAN	65
3.1 Jenis Penelitian.....	65
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	65
3.2.1 Variabel Operasional.....	65
3.2.2 Skala Pengukuran.....	76
3.3 Tahapan Penelitian	77
3.4 Populasi dan Sampel	78
3.4.1 Populasi	78
3.4.2 Sampel	78
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	79
3.5 Teknik Pengumpulan Data	80
3.5.1 Data Primer	80
3.5.2 Data Sekunder	80
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	80
3.6.1 Uji Validitas	81
3.6.2 Uji Reliabilitas	84
3.7 Teknik Analisis Data.....	85
3.7.1 Analisis Deskriptif	85
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	86
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	87
a. Uji Normalitas.....	88
b. Uji Heterokedastisitas	88
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	88
3.7.5 Pengujian Hipotesis	89
a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	89
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	90
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 91
4.1 Karakteristik Responden	91
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	93
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	94

4.2 Hasil Penelitian	94
4.2.1 Analisis Deskriptif	94
a. Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Bauran Pemasaran (X).....	95
b. Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	108
4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval	112
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	112
a. Uji Normalitas.....	112
b. Uji Heterokedastisitas	113
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	114
4.3.3 Pengujian Hipotesis	116
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	116
4.3.4 Koefisien Determinasi.....	117
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan	127
a. Bauran Pemasaran KFC Cabang Buah Batu, Bandung Menurut Tanggapan Konsumen.....	127
b. Minat Beli Konsumen Pada KFC Cabang Buah Batu, Bandung	128
c. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di KFC Cabang Buah Batu, Bandung	128
5.2 Saran.....	128
a. Saran Untuk Perusahaan.....	128
b. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	129
DAFTAR PUSTAKA	vii
LAMPIRAN	