

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan McDonald’s Indonesia	1
1.1.2 Visi dan Misi McDonald’s Indonesia	2
1.1.3 Daftar Produk.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Periode Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 Kualitas Produk.....	22
2.1.4 Kualitas Layanan.....	23
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	24

2.1.6	<i>Brand Loyalty</i>	31
2.1.7	<i>Brand Avoidance</i>	33
2.1.8	Keputusan Pembelian.....	35
2.2	Hubungan Antar Variabel	39
2.2.1	Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	39
2.2.2	Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian	39
2.2.3	Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> dan Keputusan Pembelian	40
2.2.4	Hubungan Antara Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan <i>Store Atmosphere</i> serta Keputusan Pembelian	40
2.2.5	Hubungan Antara <i>Brand Loyalty</i> dan Keputusan Pembelian.....	40
2.2.6	Hubungan Antara <i>Brand Avoidance</i> dan Keputusan Pembelian.....	41
2.3	Penelitian Terdahulu	42
2.3.1	Skripsi Terdahulu.....	42
2.3.2	Jurnal Nasional Terdahulu	44
2.3.3	Jurnal Internasional	49
2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
2.5	Hipotesis Penelitian	53
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN		55
3.1	Jenis Penelitian.....	55
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	55
3.2.2	Skala Pengukuran.....	64
3.3	Tahap Penelitian.....	65
3.4	Populasi dan Sampel	65
3.4.1	Populasi Penelitian	65
3.4.2	Sampel Penelitian.....	66
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.5.1	Data Primer	68
3.5.2	Data Sekunder	68
3.6	Teknik Pengujian Data.....	68
3.6.1	Uji Validitas	68
3.6.2	Uji Reliabilitas	69
3.7	Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1	Analisis Deskriptif	69
3.7.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i> dengan <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	71

3.7.3	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	72
3.7.4	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1	Pengumpulan Data.....	78
4.2	Karakteristik Responden untuk Penelitian Sebelum Boikot.....	78
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	79
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
4.3	Karakteristik Responden untuk Penelitian Pada Masa Boikot.....	80
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	82
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.4	Hasil Penelitian Sebelum Boikot.....	83
4.4.1	Analisis Deskriptif.....	83
4.4.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	101
4.4.3	Uji Simultan.....	111
4.5	Hasil Penelitian Pada Masa Boikot.....	112
4.5.1	Analisis Deskriptif.....	112
4.5.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	124
4.6	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	132
BAB V PENUTUP.....		138
5.1	Kesimpulan.....	138
5.2	Saran.....	139
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	140
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....		142
LAMPIRAN.....		149