

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	10
2.1. TinjauanPustaka.....	10
2.1.1 Pemasaran	10

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Produk	15
2.1.4 Atribut Produk.....	17
2.1.5 Merek.....	18
2.1.6 Ekuitas Merek	19
2.1.7 Kesadaran Merek	20
2.1.7.1 Pengertian Kesadaran Merek.....	20
2.1.7.2 Tingkatan Kesadaran Merek	21
2.1.8 Persepsi Kualitas	23
2.1.8.1 Pengertian Persepsi Kualitas	23
2.1.8.2 Elemen Perspsi Kualitas.....	24
2.1.9 Perilaku Konsumen	25
2.1.10 Minat Beli	26
2.1.10.1 Pengertian Minat beli	26
2.1.10.2 Minat Beli Melalui Model Hirarki Tanggapan AIDA	27
2.2 Teori yang menghubungkan Antar Variabel	30
2.2.1 Hubungan Kesadaran Merek dan Minat Beli	30
2.2.2 Hubungan Persepsi Kualitas dan Minat Beli	31

2.2.3 Hubungan Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas	32
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Paradigma Penelitian	36
2.5 Hipotesis Penelitian	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	38
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
3.1.1.1 Sejarah Singkat Retoran Pollo Campero	38
3.1.1.2 Struktur Organisasi	40
3.1.2 Deskripsi Pekerjaan.....	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	42
3.2.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	43
3.2.2.1 Definisi Variabel	43
3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	47
3.2.3.1 Populasi	47
3.2.3.2 Sampel	48
3.2.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	49

3.2.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.4.1 Sumber Data	50
3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data	51
3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis	52
3.2.5.1 Instrumen Penelitian	52
3.2.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
3.2.5.3 Method Successive Interval (MSI)	55
3.2.5.4 Analisis Koefisien Korelasi	57
3.2.5.5 Analisis Jalur <i>Path</i>	57
3.2.5.6 Uji Normalitas Data	60
3.2.5.7 Hipotesis Penelitian	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	64
4.1.1 Hasil Uji Validitas	64
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	66
4.2 Karakteristik Responden	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	72
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	74
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Restoran Pollo Campero	75
4.3. Analisis Kesadaran Merek di Restoran Pollo Campero	77
4.3.1 Tanggapan responden mengenai <i>Brand Recognition</i> pada Restoran Pollo Campero	77
4.3.2 Tanggapan responden mengenai <i>Brand Recall</i> pada Restoran Pollo Campero	78
4.3.3 Tanggapan responden mengenai <i>Top of Mind</i> pada Restoran Pollo Campero	79
4.3.4 Akumulasi tanggapan responden mengenai Kesadaran Merek pada Restoran Pollo Campero	80
4.4. Analisis Persepsi Kualitas pada Restoran Pollo Campero	83
4.4.1 Tanggapan responden mengenai <i>Reliability</i> pada Restoran Pollo Campero.....	83
4.4.2 Tanggapan responden mengenai <i>Conformance with spescification</i> pada Restoran Pollo Campero.....	84

4.4.3	Tanggapan responden mengenai <i>Durability</i> pada Restoran Pollo Campero.....	85
4.4.4	Tanggapan responden mengenai <i>Fit and Finish</i> pada Restoran Pollo Campero	86
4.4.5	Akumulasi tanggapan responden mengenai Persepsi Kualitas pada Restoran Pollo Campero	87
4.5.	Analisis Minat Beli pada Restoran Pollo Campero.....	87
4.5.1	Tanggapan responden mengenai <i>Attention</i> pada Restoran Pollo Campero.....	90
4.5.2	Tanggapan responden mengenai <i>Interest</i> pada Restoran Pollo Campero.....	92
4.5.3	Tanggapan responden mengenai <i>Desire</i> pada Restoran Pollo Campero.....	93
4.5.4	Akumulasi tanggapan responden mengenai Minat Beli pada Restoran Pollo Campero.....	94
4.6	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	97
4.6.1	Analisis Koefisien Korelasi	97
4.6.2	Pengaruh Kesadaran Merek (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	98
4.6.3	Pengaruh Persepsi Kualitas (X2) Terhadap Minat Beli (Y) ...	100

4.6.4 Pengaruh Kesadaran Merek (X1) dan Persepsi Kualitas (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	101
4.6.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kesadaran Merek (X1) dan Persepsi Kualitas (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	103
4.7 Uji Normalitas	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Restoran Pollo Campero per Tahun	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Restoran Pollo Campero per Bulan Tahun 2014	4
Tabel 2.1 Model Hirarki Tanggapan	28
Tabel 2.2 Hirarki Tanggapan Model AIDA	29
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
Tabel 3.2 Skala Alternatif Jawaban	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	65
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.5 Usia Responden	68
Tabel 4.6 Pendidikan Responden	69
Tabel 4.7 Pekerjaan Responden	71
Tabel 4.8 Pendapatan per Bulan	72
Tabel 4.9 Pengeluaran per Bulan	74
Tabel 4.10 Lamanya Menjadi Konsumen Pollo Campero	75
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recognition</i> Pada Restoran Pollo Campero	78

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recall</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	79
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Top of Mind</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	80
Tabel 4.14 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	
Pada Produk Pollo Campero.....	81
Tabel 4.15 Kategori Garis Kontinum Mengenai Kesadaran Merek	
Pada Produk Pollo Campero.....	83
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	85
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap <i>Conformance with Spesification</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	88
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap <i>Durability</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	89
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap <i>Fit and Finish</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	90
Tabel 4.20 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas	
Pada Restoran Pollo Campero	92
Tabel 4.21 Kategori Garis Kontinum Terhadap Persepsi Kualitas	
Pada Restoran Pollo Campero	94
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap <i>Attention</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	95
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap <i>Interest</i>	

Pada Restoran Pollo Campero	96
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap <i>Desire</i>	
Pada Restoran Pollo Campero	97
Tabel 4.25 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	
Pada Restoran Pollo Campero	98
Tabel 4.26 Kategori Garis Kontinuum Terhadap Minat Beli	
Pada Restoran Pollo Campero	100
Tabel 4.27 Matriks Korelasi antar Variabel	101
Tabel 4.28 Pedoman Interpretasi Tingkat Korelasi.....	102
Tabel 4.29 Pengujian Parsial 1	103
Tabel 4.30 Pengujian Parsial 2.....	104
Tabel 4.31 Pengujian Secara Simultan X1 dan X2 terhadap Y	106
Tabel 4.32 Model <i>Summary</i>	106
Tabel 4.33 Koefisien.....	110
Tabel 4.34 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengunjung Restoran Pollo Campero per Tahun	5
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengunjung Restoran Pollo Campero per Bulan Tahun 2014.....	5
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	13
Gambar 2.2 Level Produk	16
Gambar 2.3 Dimensi Ekuitas Merek.....	20
Gambar 2.4 Dimensi Kesadaran Merek	22
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Restoran Pollo Campero	40
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....	60
Gambar 3.3 Kurva Hipotesis.....	62
Gambar 4.1 Diagram Usia Responden.....	68
Gambar 4.2 Diagram Pendidikan Responden	70
Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan Responden	71
Gambar 4.4 Diagram Pendapatan per Bulan.....	73
Gambar 4.5 Diagram Pengeluaran per Bulan	74
Gambar 4.6 Diagram Lamanya Menjadi Konsumen Restoran Pollo Campero	76
Gambar 4.7 Garis Kontinium Mengenai Kesadaran Merek Pada Restoran Pollo Campero.....	83

Gambar 4.8 Garis Kontinium Mengenai Persepsi Kualitas	
Pada Restoran Pollo Campero.....	93
Gambar 4.9 Garis Kontinium Mengenai Minat Beli	
Pada Restoran Pollo Campero.....	99
Gambar 4.10 Kurva Hipotesis.....	103
Gambar 4.11 Kurva Hipotesis.....	105
Gambar 4.12 Diagram Jalur Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas	
Terhadap Minat Beli.....	109



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Pra Survey, Kuesioner dan Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Tabel Distribusi F,R, dan T

Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data (*Output SPSS 20*)

Lampiran 5 Fotocopy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 7 *Curriculum Vitae*

