

DAFTAR ISI

JUDUL	Hal.
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu	9
B. Konsep dan Teori	13
1. Manajemen	13
2. Manajemen Pemasaran.....	16

3. <i>Brand Image</i>	21
4. <i>Self-service Technology</i>	24
5. Keputusan Pembelian	27
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Metode dan Pendekatan	34
B. Jenis dan Sumber Data	35
1. Jenis Penelitian	35
2. Sumber Data	35
C. Populasi Dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	36
D. Operasionalisasi Variabel	38
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	41
1. Uji Instrumen	41
2. Analisis Statistik Deskriptif	45
3. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4. Uji Hipotesis	48
5. Uji Koefisien Determinasi	52
G. Tempat dan Waktu Penelitian	52
1. Tempat Penelitian	52

2. Waktu Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Objek Penelitian.....	54
1. Profil Restoran McDonalds	54
2. Logo Restoran	55
3. Visi dan Misi Restoran	55
4. Struktur Organisasi Restoran.....	56
B. Gambaran Karakteristik Responden.....	56
1. Jenis Kelamin Responden.....	56
2. Domisili Responden	57
3. Frekuensi Pembelian Konsumen.....	58
C. Hasil Uji Instrumen	58
1. Hasil Uji Validitas	58
2. Hasil Uji Reliabilitas	60
D. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	61
E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
F. Hasil Uji Hipotesis	70
1. Uji t (Uji Parsial)	70
2. Uji f (Uji Simultan)	71
G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
H. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79

B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1 Pelayanan Restoran di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Pendapatan Restoran McDonald's	4
Gambar 1.3 Pernyataan Restoran McDonald's Indonesia	5
Gambar 1.4 Bantuan Kemanusiaan McDonald's Terhadap Palestina	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1 Logo Restoran	55
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Restoran	56



DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	45
Tabel 3.4 Rentang Nilai <i>Three-Box Method</i>	47
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Domisili Responden.....	57
Tabel 4.3 Pembelian Konsumen	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.6 Rentang Nilai <i>Three-Box Method</i>	61
Tabel 4.7 Tanggapan Mengenai <i>Brand Image</i> (X1)	62
Tabel 4.8 Tanggapan Mengenai <i>Self Service Technology Quality</i> (X2).....	63
Tabel 4.9 Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan.....	71
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	73