

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan.....	7
1.3.1 Maksud.....	7
1.3.2 Tujuan.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9

2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4	Harga (<i>Price</i>).....	12
2.1.4.1	Peran Harga.....	14
2.1.4.2	Tujuan Penetapan Harg.....	14
2.1.4.3	Strategi Harga.....	15
2.1.4.4	Dimensi Harga.....	16
2.1.5	Perilaku Konsumen.....	17
2.1.6	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.1.7	Perilaku Pasca Pembelian.....	24
2.1.8	Keputusan Pembelian.....	25
2.1.8.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.8.2	Faktor-faktor Perilaku Keputusan Pembelian.....	27
2.1.8.3	Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	29
2.1.8.4	Dimensi dalam Proses Keputusan Pembelian.....	30
2.1.8.5	Hubungan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.1.9	Penelitian Terdahulu.....	35
2.1.10	Kerangka Pemikiran.....	36

2.1.11	Paradigma Penelitian.....	39
2.1.12	Hipotesis.....	39
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Objek Penelitian.....	41
3.1.1	Gambaran umum Perusahaan.....	41
3.1.1.1	Sejarah Singkat <i>Pizza Hut</i>	41
3.1.1.2	<i>Pizza Hut</i> Indonesia (PT. Sarimelati Kencana).....	43
3.1.1.3	Visi dan Misi.....	44
3.1.1.4	Nilai-nilai Organisasi (<i>Core Value</i>).....	45
3.1.1.5	Lokasi.....	46
3.1.1.6	Logo Instansi.....	47
3.1.1.7	Struktur Organisasi dan Rincian Tugas.....	48
3.2	Metode Penelitian.....	52
3.2.1	Metode yang Digunakan.....	53
3.2.3	Operasional Variabel.....	54
3.2.4	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	57
3.2.4.1	Populasi dan Sampel.....	57
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.5.1	Jenis Data.....	59
3.2.5.2	Sumber Data.....	60
3.2.5.3	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.5.4	Instrumen Penelitian.....	61

	3.2.5.5 Uji Validitas.....	62
	3.2.5.6 Uji Reliabilitas.....	64
3.2.5	Rancangan Pengujian	
	Hipotesis.....	65
	3.2.5.1 Analisis Regresi Linier	
	Sederhana.....	65
	3.2.5.2 Analisis Korelasi.....	66
	3.2.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	68
	3.2.5.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1	Hasil Pengujian Instrumen.....	72
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	73
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.1.3	Karakteristik Responden.....	76
4.2	Tanggapan Responden Tentang Pengaruh Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	82
4.3	Tanggapan Responden Tentang Proses Keputusan Pembelian Produk <i>Pizza Hut</i>	95
4.4	Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada <i>Pizza Hut</i>	106
4.4.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	106

4.4.2	Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	107
4.4.3	Pengujian Hipotesis (Uji-t).....	109
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	110
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran.....	114
	DAFTAR PUSTAKA.....	116
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga <i>Pizza</i>	2
Tabel 1.2	Jumlah Rata-rata Pengunjung Pertriwulan satu.....	4
Tabel 1.3	Tanggapan Responden mengenai Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada <i>Pizza Hut</i> Jl. Ir. H. Juanda No. 48 Bandung).....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	55
Tabel 3.2	Jumlah Pengunjung pada <i>Pizza Hut</i> Jl. Ir. H. Juanda No. 48 Bandung.....	58
Tabel 3.3	Skala Nilai Alternatif Jawaban.....	62
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	75
Tabel 4.3	Usia Responden.....	76
Tabel 4.4	Jenis kelamin Responden.....	77
Tabel 4.5	Jenjang Pendidikan Terakhir Responden.....	78
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden.....	79
Tabel 4.7	Rata-rata Pendapatan Perbulan.....	80
Tabel 4.8	Berapa kali Dalam Satu Bulan Responden Membeli	

	<i>Pizza</i> di <i>Pizza Hut</i>	81
Tabel 4.9	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Harga yang Terjangkau.....	83
Tabel 4.10	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Harga yang Sesuai Dengan diharapkan Konsumen.....	84
Tabel 4.11	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Diskon atau Potongan Harga...	85
Tabel 4.12	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Kesesuaian Manfaat Dengan Kualitas Produk.....	86
Tabel 4.13	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Harga yang Dapat Menimbulkan Kepuasan Pelanggan.....	87
Tabel 4.14	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Kesesuaian Harga Terhadap Kualitas.....	88
Tabel 4.15	<i>Pizza Hut</i> Memiliki Kualitas Tinggi.....	89
Tabel 4.16	<i>Pizza Hut</i> Mempunyai Harga Sesuai Dengan Manfaat..	90
Tabel 4.17	Setelah berkunjung ke <i>Pizza Hut</i> , Konsumen Merasa Mendapatkan Manfaat yang Lebih Daripada Tempat Lain.....	91
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	92
Tabel 4.19	Kategori Garis Kontinum mengenai harga.....	95
Tabel 4.20	Adanya Kebutuhan Timbul Pada Diri Anda mempengaruhi Anda Untuk Membeli di <i>Pizza Hut</i>	96
Tabel 4.21	Ketika Anda Menyadari Akna Kebutuhan <i>Pizza</i> , Anda Akan Memberitahu Kepada Teman Untuk Membeli di <i>Pizza Hut</i>	97
Tabel 4.22	Pencarian Informasi Tentang Produk <i>Pizza Hut</i> yang	

	dirasakan Mudah Baik Informasi dari Internal maupun Eksternal.....	98
Tabel 4.23	<i>Pizza Hut</i> Adalah Salah Satu Pilihan Tempat Alternatif Anda Dalam Membeli Lagi <i>Pizza</i>	99
Tabel 4.24	Anda Memutuskan Untuk Membeli <i>Pizza Hut</i> Meliputi (pilihan produk, merek, penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, metode pembayaran).....	100
Tabel 4.25	Anda Merasakan kepuasan Dalam Memenuhi Kebutuhan Setelah Membeli <i>Pizza</i> di <i>Pizza Hut</i>	101
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian..	102
Tabel 4.27	Kategori Garis Kontinum Mengenai Harga.....	106
Tabel 4.28	Koefisien Korelasi.....	107
Tabel 4.29	Koefisien Korelasi dan Tingkat Hubungan.....	107
Tabel 4.30	Hasil Regresi Linier Sederhana dan Uji-t.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Data Rata-rata Pengunjung pertriwulan Tahun 2014.....	3
Gambar 2.1	Model Umum Penyelesaian Masalah Konsumen.....	24
Gambar 2.2	Model Perilaku Pembeli.....	27
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 2.4	Proses Keputusan Pembelian.....	31
Gambar 2.5	Kerangka pemikiran Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 2.6	Paradigma Penelitian Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 3.1	Logo Instansi.....	47
Gambar 3.2	Struktur Organisasi PT. Sari Melati Kencana (<i>Support Centre</i>).....	49
Gambar 3.3	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (uji t).....	70
Gambar 4.1	Usia Responden.....	76
Gambar 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	77
Gambar 4.3	Jenjang Pendidikan Terakhir Responden.....	78
Gambar 4.4	Pekerjaan Responden.....	79
Gambar 4.5	Rata-rata Pendapatan Responden.....	80
Gambar 4.6	Berapa Kali Dalam Satu Bulan Responden Membeli <i>Pizza</i> di <i>Pizza Hut</i>	82

Gambar 4.7	Garis Kontinum mengenai Harga.....	94
Gambar 4.8	Garis Kontinum mengenai Keputusan Pembelian.....	105
Gambar 4.9	Kurva Uji-t Dua Pihak Harga dengan Keputusan Pembelian.....	110



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabel Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Tabel Hasil Pengolahan <i>MSI</i>
Lampiran 4	Hasil Pengolahan Data (Output SPSS20)
Lampiran 5	Surat Keputusan Bimbingan Skripsi
Lampiran 6	Surat Permohonan Perpanjangan SK Bimbingan Skripsi
Lampiran 7	Fotocopy Kartu Bimbingan
Lampiran 8	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup

