

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENERIMAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR RUMUS.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	8
1.4    Kegunaan Penelitian .....	9
1.5    Definisi Operasional .....	9
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>

2.1	Strategi Pemasaran.....	11
2.2	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.2.1	Produk.....	13
2.2.2	Dimensi Produk .....	15
2.2.3	Indikator Produk .....	17
2.2.4	Harga.....	18
2.2.5	Penetapan dan Faktor Harga .....	19
2.2.6	Indikator Harga .....	20
2.2.7	Lokasi.....	20
2.2.8	Indikator Lokasi .....	21
2.2.9	Promosi .....	22
2.2.10	Indikator Promosi .....	24
2.3	Pengertian Minat Beli .....	24
2.3.1	Indikator Minat Beli.....	25
2.4	Hubungan Antar Variabel .....	26
2.4.1	Pengaruh Produk terhadap Minat Beli.....	26
2.4.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	27

2.4.3	Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli .....	27
2.4.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....	28
2.5	Kerangka Pemikiran.....	29
2.6	Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1	Populasi Penelitian.....	32
3.2.2	Sampel Penelitian .....	32
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel .....	32
3.3	Instrumen Penelitian .....	33
3.4	Pengumpulan Data .....	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.6	Uji Validitas .....	36
3.7	Uji Reliabilitas .....	36
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.1	Uji Normalitas.....	37

	3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	37
	3.8.3	Uji Heteroskedastisitas .....	38
	3.8.4	Uji Linearitas .....	38
	3.9	Analisis Data Regresi Linear Berganda .....	38
	3.10	Uji Simultan (Uji F) .....	40
	3.11	Uji Hipotesis (Uji t).....	40
	3.12	Koefisien Korelasi $R$ .....	40
	3.13	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
BAB IV		ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	42
	4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
	4.2	Karakteristik Responden.....	42
	4.2.1	Jenis Kelamin.....	42
	4.2.2	Usia .....	43
	4.2.3	Pekerjaan.....	44
	4.2.4	Penghasilan .....	45
	4.2.5	Pengetahuan Resto .....	46
	4.2.6	Kunjungan Resto.....	47

4.2.7	Kunjungan Terakhir .....	47
4.2.8	Pengalaman Berkunjung .....	48
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.3.1	Produk (X1) .....	49
4.3.2	Harga (X2) .....	50
4.3.3	Lokasi (X3) .....	51
4.3.4	Promosi (X4) .....	52
4.3.5	Minta Beli (Y) .....	53
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.4.1	Uji Validitas .....	54
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	55
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	55
4.5.1	Uji Normalitas .....	55
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	56
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.5.4	Uji Linearitas .....	57
4.6	Metode Analisis Data .....	57

4.7	Uji Simultan (Uji F) .....	59
4.8	Uji Hipotesis (Uji t).....	60
4.9	Uji R dan R <sup>2</sup> .....	61
4.10	Pembahasan.....	61
4.10.1	Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.....	61
4.10.2	Harga tidak berpengaruh terhadap Minat Beli.....	62
4.10.3	Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.....	63
4.10.4	Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.....	64
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>66</b>
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran.....	67
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>70</b>
	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>

