DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING..... ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... iii

HALAMAN MOTO iv

HALAMAN KEASLIAN KARYA..... v

HALAMAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA TULIS..... vi

ABSTRAKSI..... vii

ABSTRACT..... viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GRAFIK..... xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian..... 10

E. Metode Penelitian..... 10

a. Jenis Penelitian..... 10

b. Subjek Penelitian 11
c. Objek Penelitian 11
d. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel 11
e. Jenis Data Penelitian 13
f. Teknik Pengumpulan Data 13
g. Teknik Analisis Data 13
1. Uji Validitas 13
2. Uji Reliabilitas 14
3. Uji asumsi klasik 15
4. Analisis Regresi Berganda 16
h. Sistematika Penulisan 16

BAB II Landasan Teori 18
A. Pengertian Manajemen Pemasaran 18
B. Bauran Pemasaran 19
C. Waralaba.. 21
D. *Word of Mouth* 22
E. Gaya Hidup 24
F. Keputusan Pembelian Konsumen 26
G. Penelitian Terdahulu 29

BAB III Gambaran Umum Perusahaan 33

A. Sejarah Singkat *J.CO Donut and Coffee* 33

B. Visi dan Misi *J.CO Donut and Coffee* 34

C. Sistem Manajemen dan Strategi Produk 35

D. Lokasi *J.CO Donut and Coffee* 39

E. Sistem Manajemen dan Strategi Promosi 40

F. Struktur Organisasi *J.CO Donut and Coffee* 41

G. Konsep Interior *J.CO Donut and Coffee* 44

BAB IV Hasil dan Pembahasan 46

A. Identitas Reponden 47

B. Analisis Deskriptif 52

C. Validitas 53

D. Reliabilitas 57

E. Uji Asumsi Klasik 57

F. Analisis Regresi Berganda 61

G. Uji T dan F 62

H. Pembahasan 64

BAB V Simpulan dan Saran 68

A. Simpulan 68

B. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Top Brand Award 2012-2015..... 5

TABEL 1.2 Lokasi Gerai *J.CO Donut and Coffee* di palembang..... 5

TABEL 1.3 Data Pengunjung *J.CO Donut and Coffee* di palembang 6

TABEL 2.1 Perbedaan Waralaba dan Lisensi..... 22

TABEL 2.2 Indikator *Word of Mouth*..... 23

TABEL 2.3 Indikator Gaya Hidup 25

TABEL 2.4 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen..... 28

TABEL 2.5 Penelitian Terdahulu..... 29

TABEL 3.1 Varian *Donuts* 36

TABEL 3.2 Varian *J.Coffee*..... 37

TABEL 3.3 Varian *J.Clubs*..... 38

TABEL 3.4 Varian *J.Cool Yogurt*..... 38

TABEL 3.5 Lokasi Gerai *J.CO Donut and Coffee* di palembang..... 39

TABEL 4.1 Jenis Kelamin Responden..... 47

TABEL 4.2 Status Responden 47

TABEL 4.3 Umur Responden..... 48

TABEL 4.4 Pekerjaan Responden..... 49

TABEL 4.5 Pendapatan Responden 50

TABEL 4.6 Frekuensi Belanja Responden..... 51

TABEL 4.7 Variabel bebas-deskriptif jawaban 100 responden..... 52

TABEL 4.8 Variabel terikat-deskriptif jawaban 100 responden..... 53

TABEL 4.9 Validitas Variabel *Word Of Mouth*..... 54

TABEL 4.10 Validitas Variabel Gaya Hidup 55

TABEL 4.11 Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.. 56

TABEL 4.12 Reliabilitas..... 57

TABEL 4.13 Normalitas- Uji *Kolmmogorv Smirnov* 58

TABEL 4.14 Uji Multikolinieritas 59

TABEL 4.15 Heteroskedastisitas-Uji Glejser 60

TABEL 4.16 Analisis Regresi Berganda 61

TABEL 4.17 Uji T 62

TABEL 4.18 Uji F 63

TABEL 4.19 Uji Koefisien Determinasi..... 64

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 1.1 Segmentasi produk dan layanan Fast Food Restoran 2013 3

GRAFIK 1.2 *Indonesia Fast Food, Market Share tahun 2011*..... 4

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Tahap Keputusan Pembelian Konsum 27

GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran..... 32

GAMBAR 3.1 Struktur Organisasi *J.CO Donut and Coffee* 41

GAMBAR 3.2 Denah Meja dan Kursi *J.CO Donut and Coffee* 45

GAMBAR 4.1 *Scatterplot*..... 60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner .....

LAMPIRAN 2 Input Data.....

LAMPIRAN 3 Validitas dan Reliabilitas .....

LAMPIRAN 4 Asumsi Klasik.....

LAMPIRAN 5 Koefisien Determinasi.....

LAMPIRAN 6 Uji F .....

LAMPIRAN 7 Analisis Regresi Berganda dan Uji T.....

LAMPIRAN 8 Data Pengunjung J.CO di kota Palembang .....

LAMPIRAN 9 Kartu Bimbingan .....