

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18

1.5	Manfaat Penelitian	19
1.6	Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA		22
2.1	Landasan Teoritis	22
2.1.1	Teori Kinerja Pemasaran.....	22
2.1.2	Kualitas Produk.....	23
2.1.3	Harga.....	25
2.1.4	Social Media Marketing.....	26
2.1.5	Minat Pembelian	28
2.2	Pengaruh Hubungan antar Variabel	30
2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian.....	30
2.2.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Pembelian.....	31
2.2.3	Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Pembelian.....	33
2.3	Penelitian Terdahulu	35
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.5	Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Variabel Penelitian	40
3.1.1	Variabel Independen	40
3.1.2	Variabel Dependen.....	40
3.2	Definisi Operasional	41

3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisa Data	48
3.5.1 Angka Index.....	48
3.5.2 Uji Statistik.....	50
3.5.2.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.4.1 Uji Normalitas.....	53
3.5.4.2 Uji Multikolinieritas.....	53
3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	54
3.5.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.5.5.2 Uji Statistik F.....	55
3.6 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Angkringan Djoegjakarto	57
4.1.1 Aspek Pasar.....	57

4.1.2 Aspek Produk	62
4.1.3 Aspek Manajemen.....	70
4.1.4 Aspek Keuangan	71
4.1.5 Aspek Legalitas.....	75
4.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	76
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2 Responden Berdasarkan Domisili	78
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
4.2.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
4.2.6 Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	82
4.3 Analisa Deskriptif.....	83
4.3.1 Analisa Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X1).....	85
4.3.2 Analisa Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Harga (X2)	86
4.3.3 Analisa Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Social Media Marketing (X3).....	88
4.3.4 Analisa Deskriptif Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Pembelian (Y)	89
4.4 Uji Statistik/ Uji Instrumen Penelitian.....	91
4.4.1 Validitas	91
4.4.2 Reliabilitas.....	93

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	94
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	94
4.5.1.1 Uji Normalitas	94
4.5.1.2 Uji Multikolinieritas	96
4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas	97
4.5.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	100
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	101
4.6 Uji Hipotesis.....	102
4.6.1 Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Angkringan Djoegjakarto (H1)	103
4.6.2 Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Angkringan Djoegjakarto (H2)	105
4.6.3 Social Media Marketing berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Angkringan Djoegjakarto (H3)	106
BAB V PENUTUP.....	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Implikasi Teoritis	112
5.3 Implikasi Manajerial	115
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	118
5.5 Saran terhadap Penelitian Mendatang	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	130