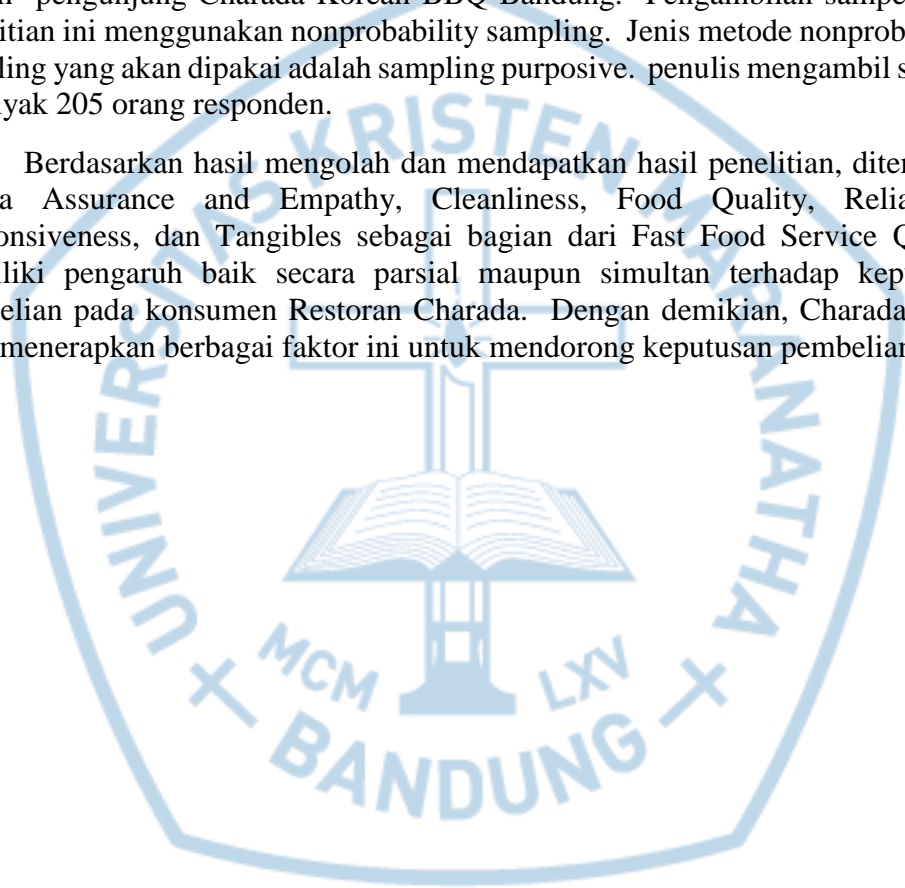


ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Korean Fast Food di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Charada Korean BBQ Bandung). Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian causal explanatory. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung yang pernah mengunjungi Charada BBQ Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Charada Korean BBQ Bandung. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling. Jenis metode nonprobability sampling yang akan dipakai adalah sampling purposive. penulis mengambil sampel sebanyak 205 orang responden.

Berdasarkan hasil mengolah dan mendapatkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Assurance and Empathy, Cleanliness, Food Quality, Reliability, Responsiveness, dan Tangibles sebagai bagian dari Fast Food Service Quality memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Restoran Charada. Dengan demikian, Charada dapat terus menerapkan berbagai faktor ini untuk mendorong keputusan pembelian

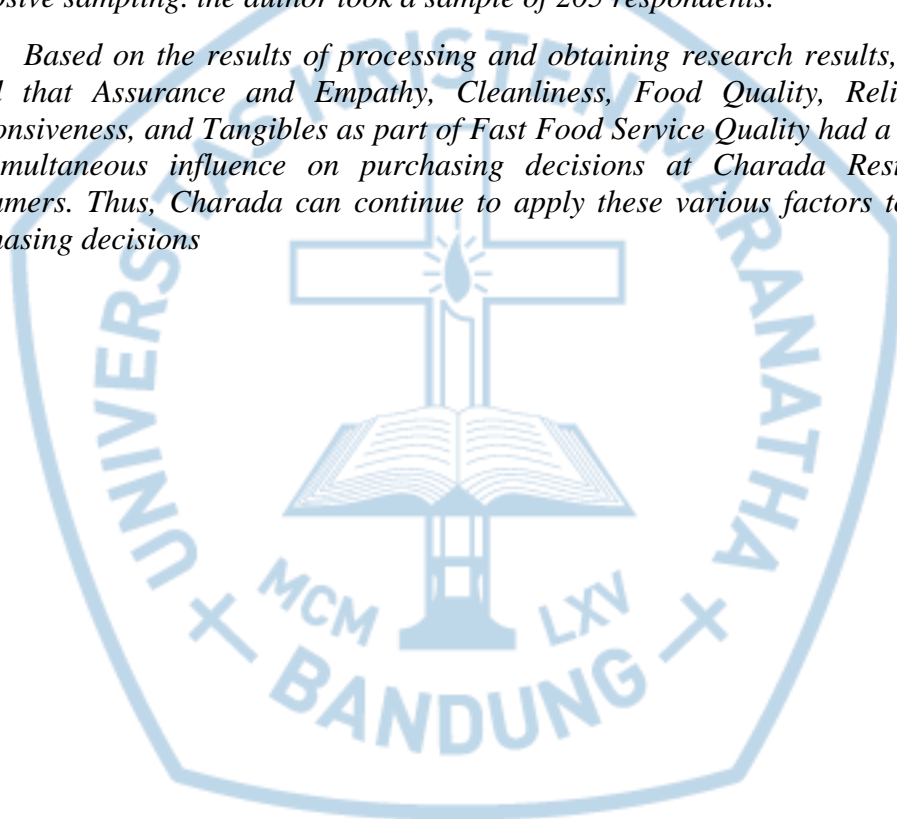


ABSTRACT

The researcher was interested in conducting research on the Effect of Service Quality on Purchasing Decisions at Korean Fast Food Restaurants in Bandung City (Case Study on Charada Korean BBQ Bandung). This type of research uses causal explanatory research. The study was conducted using a questionnaire.

The population taken in this study was the people of Bandung city who had visited the Charada BBQ Bandung. The sample in this study was visitors to the Charada Korean BBQ Bandung. Sampling in this study uses nonprobability sampling. The type of nonprobability sampling method that will be used is purposive sampling. the author took a sample of 205 respondents.

Based on the results of processing and obtaining research results, it was found that Assurance and Empathy, Cleanliness, Food Quality, Reliability, Responsiveness, and Tangibles as part of Fast Food Service Quality had a partial or simultaneous influence on purchasing decisions at Charada Restaurant consumers. Thus, Charada can continue to apply these various factors to drive purchasing decisions



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11

2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.1. Manajemen Pemasaran.....	12
2.2. Bauran Pemasaran	13
2.2.1 Product (Produk)	13
2.2.2. Price (Harga)	14
2.2.3. Place (Lokasi).....	16
2.2.4. Promotion (Promosi).....	17
2.2.5. People (Orang)	21
2.2.6. Process (Proses)	22
2.2.7. Physical Evidence (Bukti Fisik).....	22
2.3. Pelayanan Jasa.....	22
2.3.1. Jasa	22
2.3.2. Bauran Pemasaran Jasa	24
2.4. Perilaku Konsumen	30
2.5. Keputusan Pembelian.....	38
2.2. Kerangka Pemikiran.....	40
2.3. Rerangka Pemikiran	41
2.4. Pengembangan Hipotesis	42

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2.1. Metode Pengumpulan Sampel.....	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4. Kerangka Sampling	50
3.5. Teknik Pengumpulan data.....	51
3.6. Teknik Pengambilan Data.....	51
3.7. Metode Analisis Data atau Model Analisis yang digunakan	52
3.7.1. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.1 Uji Normalitas	53
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	54
3.7.3 Uji Multikolinearitas.....	54
3.8. Uji Validitas & Reliabilitas.....	58
3.9. Uji Regresi Berganda	58
3.10 Uji F	59
3.11 Uji t	60
3.11.1 Uji Hipotesis t (Uji t)	60
3.12 Uji Koefisien Determinasi	61
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62

4.1. Hasil penelitian.....	62
4.1.1. Analisis data demografis responden	62
4.1.2. Uji instrumen.....	64
4.1.2.1. Uji validitas	64
4.1.2.2. Uji Reliabilitas	65
4.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.3.1. Uji normalitas.....	66
4.1.3.2. Uji heteroskedadistitas	68
4.1.3.3. Uji multikolinearitas	69
4.1.4. Uji hipotesis	70
4.1.4.1. Pengujian Hipotesis 1: terdapat pengaruh antara Assurance and Empathy terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	70
4.1.4.2. Pengujian Hipotesis 2: terdapat pengaruh antara Cleanliness terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	71
4.1.4.3. Pengujian Hipotesis 3: terdapat pengaruh antara Food Quality terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	72
4.1.4.4. Pengujian Hipotesis 4: terdapat pengaruh antara Reliability terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	73

4.1.4.5. Pengujian Hipotesis 5: terdapat pengaruh antara Responsiveness terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	75
4.1.4.6. Pengujian Hipotesis 6: terdapat pengaruh antara Tangibles terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	76
4.1.4.7. Pengujian Hipotesis 7: terdapat pengaruh antara kualitas layanan restoran fast food terhadap keputusan pembelian konsumen pada Charada BBQ , kota Bandung	77
4.2. Pembahasan.....	79
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Kesimpulan	83
4.2. Implikasi Manajerial	85
4.3. Keterbatasan Penelitian.....	85
4.5. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	90