

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 <i>Repurchase Intention</i>	20
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	25
2.1.5 Persepsi Harga	27
2.1.6 <i>Brand Image</i>	29
2.1.7 Perbandingan.....	31

2.1.8 Penelitian Terdahulu	31
2.2 Rerangka Pemikiran.....	37
2.3 Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.2 Desain Penelitian	45
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	46
3.3.1 Definisi Variabel.....	46
3.3.2 Operasionalisasi Variabel	49
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Cara Mengumpulkan Data	54
3.5.2 Skala Pengukuran.....	54
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.4 Jenis Data	55
3.6 Metode Analisis	56
3.6.1 Penelitian Deskriptif.....	56
3.6.2 Analisis Normalis Data	56
3.6.3 <i>Independent Sample T-test</i>	57
3.6.4 <i>One Sample T-test</i>	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1. Gambaran Umum Restoran McDonald's	62
4.1.2. Proses Bisnis Secara umum (McDonald's).....	62
4.1.3. Gambaran Umum Restoran Richeese Factory	64
4.1.4. Proses Bisnis Secaram Umum (Richeese Facotry)	64
4.2. Statistik Deskriptif	64
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
4.2.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	67
4.2.5. Rekapitulasi Perbandingan Rata-rata Pernyataan dari Variabel McDonald dan Richeese Factory	75
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	81
4.3.1. Uji Normalitas Variabel McDonald	81
4.3.2. Uji Normalitas Variabel Richeese Factory	82
4.3.3. Uji Normalitas untuk Restoran McDonald dan Richeese Factory ..	83
4.4. Pengujian Hipotesis	83
4.4.1. <i>Independent Sample t-Test</i>	84
4.4.2. Uji Mann Whitney.....	87
4.4.3. <i>One Sample t-Test</i>	90
4.5. Pembahasan.....	91

4.5.1. Perbedaan Kualitas Pelayanan restoran McDonald dan Richeese Factory.....	91
4.5.2. Perbedaan <i>Customer Experience</i> restoran McDonald dan Richeese Factory.....	93
4.5.3. Perbedaan Persepsi Harga restoran McDonald dan Richeese Factory.....	94
4.5.4. Perbedaan <i>Brand Image</i> restoran McDonald dan Richeese Factory.....	95
4.5.5. Perbedaan <i>Repurchase Intention</i> restoran McDonald dan Richeese Factory.....	97
4.5.6. Perbedaan Nilai Rata-rata restoran McDonald dan Richeese Factory dengan Nilai Rata-rata Ideal.....	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	102
5.2.1. Bagi manajemen restoran McDonald dan Richeese Factory di Bintara, Bekasi	102
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	104

DAFTAR PUSTAKA	105
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	109
-----------------------	-----