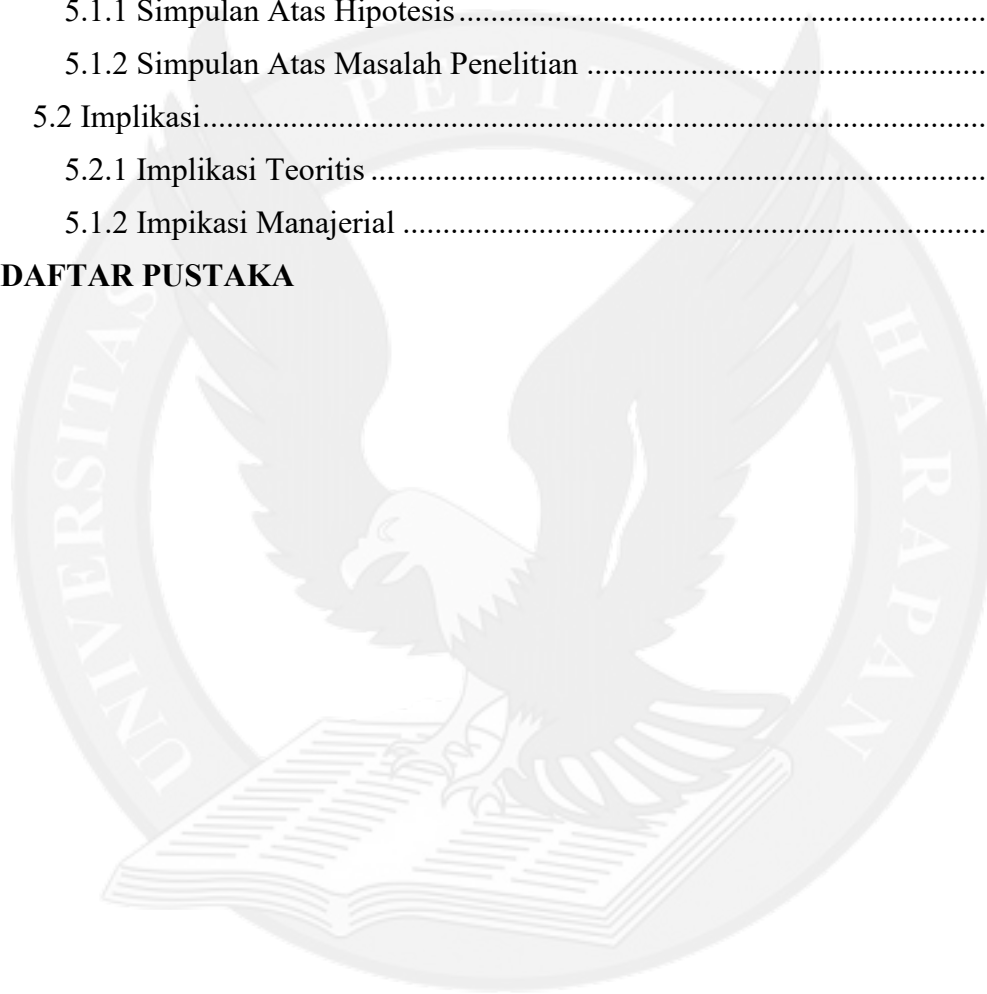


DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Service Quality.....	9
2.1.2 Food Quality	10
2.1.3 Price-Value Ratio	12
2.1.4 Satisfaction.....	14
2.1.5 Behavioral Intentions	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1 Pengaruh Service quality terhadap Satisfaction.....	18
2.3.2 Pengaruh Food Quality terhadap satisfaction	18
2.3.3 Pengaruh Price-Value Ratio terhadap Satisfaction	19
2.3.4 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap Behavioral Intentions.....	19
2.3.5 Pengaruh Food Quality terhadap Behavioral Intentions	20
2.4 Kerangka Konseptual	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	22
3.1.1 Jenis Penelitian.....	22
3.1.2 Jenis Data	23
3.2 Populasi dan Sampel	23

3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel	26
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Pengolahan Data	28
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum McDonald's Corporation (MDC)	31
4.2 Analisis Data	32
4.2.1 Statistik Deskriptif	32
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	36
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>food quality</i>	37
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>visual representation</i> (VR).....	38
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	39
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Behavioral Intentions</i> (BI)	40
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	41
4.2.2.1 Uji Validitas	41
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	42
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	44
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas	46
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas	48
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.2.3.1 Analisis Regrensi Berganda Pengaruh <i>Service Quality</i> , <i>Food Quality</i> , <i>Visual Representation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.2.3.2 Analisis Regrensi Berganda Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	51
4.3 Pengujian Hipotesis.....	53
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	54

4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	54
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	55
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	55
4.4 Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN	62
5.1 Simpulan	62
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	63
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	65
5.2 Implikasi.....	65
5.2.1 Implikasi Teoritis	65
5.1.2 Impikasi Manajerial	67
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	34
Tabel 4. 3 Deskripsi Mean Rating Index	36
Tabel 4. 4 Dsitribusi Jawaban Responden terhaddap Pernyataan Variabel Service Quality.....	36
Tabel 4. 5 Dsitribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Food Quality.....	37
Tabel 4. 6 Dsitribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Visual Respresentation	38
Tabel 4. 7 Dsitribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel Customer Satisfaction.....	39
Tabel 4. 8 Dsitribusi Jawaban Responden terhaddap Pernyataan Variabel Behavioral Intentions (BI).....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 13 Regrensi Berganda Pengaruh Service Quality (SQ), Food Quality (FQ) , Visual Representation (VR) terhadap Customer Satisfaction (CS)	49
Tabel 4. 14 Regrensi Berganda Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	51
Tabel 4. 15 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	53
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perusahaan Mc. Donald's di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	17
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4. 1 Gambar 4.1 Logo MCD	32
Gambar 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	34
Gambar 4. 3 Karakteristik Usia Responden	35
Gambar 4. 4 ScatterPlot Uji Normalitas SQ,FQ, dan VR * CS	44
Gambar 4. 5 ScatterPlot Uji Normalitas CS * BI	45
Gambar 4. 6 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas SQ,FQ, dan VR * CS	46
Gambar 4. 7 ScatterPlot Uji Heterokedastisitas CS * BI	47

