

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	11
3. Keragaman Menu	20
B. Hubungan Antar Variabel	22

1. Hubungan antar variabel <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian	22
2. Hubungan antar variabel <i>store atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian	23
3. Hubungan antar variabel keragaman menu terhadap keputusan pembelian	24
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka Pemikiran	26
E. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Rancangan Penelitian	28
B. Obyek Penelitian	28
C. Populasi	28
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
E. Jenis Data	29
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	30
H. Definisi Operasional Variabel	30
1. Variabel Dependen	31
2. Variabel Independen	32
I. Pengukuran Variabel	34
J. Uji Instrumen Penelitian	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	36
K. Uji Kelayakan Variabel	37
L. Teknik Analisis Data	37

M. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Analisis Deskriptif Responden.....	41
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	45
3. Analisis Kuantitatif	49
4. Uji Hipotesis.....	51
B. Pembahasan	55
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Store Atmosphere</i> dan Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian	55
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	55
3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	56
4. Pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai/Restoran Cepat Saji Terbesar di Indonesia yang Berada di Kota Sleman Tahun 2021	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Variabel	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Usia Responden.....	42
Tabel 4.3 Hobi Kuliner	42
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	43
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	44
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Brand Awareness</i>	45
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Store Atmosphere</i>	46
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Keragaman Menu	47
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER	65
Lampiran 2. DATA REKAPITULASI KELOMPOK UJI	71
Lampiran 3. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	90
Lampiran 4. DATA STATISTIK DESKRIPTIF	99
Lampiran 5. DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	102
Lampiran 6. DATA UJI HIPOTESIS KOEFISIEN DETERMINASI.....	105