

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Pemasaran .....	7
2.2. Kerangka Dasar Pemasaran .....	7
2.3. Ruang Lingkup Pemasaran .....	9
2.4. Konsep Pemasaran .....	9
2.4. Strategi Pemasaran.....	11
2.5. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
<b>BAB III</b> .....	<b>18</b>
<b>KERANGKA BERPIKIR</b> .....	<b>18</b>
3.1. Kerangka Teori .....	18
3.2. Kerangka Konsep.....	18
3.3. Definisi Operasional .....	20
<b>BAB IV</b> .....	<b>23</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
4.1. Jenis dan Desain Penelitian.....	23
4.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	23
4.3. Subjek dan Objek Penelitian .....	23

4.4	Populasi dan Sampel .....	23
4.5	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	24
4.6	Pengolahan dan Analisis Data.....	24
<b>BAB V.....</b>		<b>27</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>27</b>
5.1.	Gambaran Umum <i>Outlet RG Fried Chicken</i> Di Jl. Dr. Sutomo .....	27
5.2.	Gambaran Karakteristik Responden .....	28
5.3.	Gambaran Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) Pada <i>RG Freid Chicken</i> di Jl. Dr. Sutomo .....	29
<b>BAB VI.....</b>		<b>41</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>41</b>
6.1.	Kesimpulan .....	41
6.2.	Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>42</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>46</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Definisi Oprasional .....	20
Tabel 4. 1 Kategori Skala Likert .....	25
Tabel 4. 2 Presentase Skala Likert .....	26
Tabel 5. 1 Karalteristik Responden .....	28
Tabel 5. 2 Pernyataan Faktor Produk Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	30
Tabel 5. 3 Pernyataan Faktor Produk Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	32
Tabel 5. 4 Pernyataan Faktor Tempat Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	33
Tabel 5. 5 Pernyataan Faktor Tempat Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	35
Tabel 5. 6 Pernyataan Faktor Orang Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	36
Tabel 5. 7 Pernyataan Faktor Proses Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	38
Tabel 5. 8 Pernyataan Faktor Bukti Fisik Pada RG <i>Fried Chicken</i> .....	39

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemasaran.....	7
Gambar 3.1 Kerangka Konsep .....	19
Gambar 6.1 Pengisian Kuesioner Penelitian .....	60
Gambar 6.2 Produk RG <i>Fried Chicken</i> .....	61
Gambar 6.3 Promosi RG <i>Fried Chicken</i> .....	61
Gambar 6.4 Media Sosial RG <i>Fried Chicken</i> .....	62

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuersioner Penelitian .....	46
Lampiran 2 Pernyataan Persetujuan Responden .....	47
Lampiran 3 Pedoman Wawancara .....	48
Lampiran 4 Kuersioner Penelitian (Untuk Konsumen) .....	49
Lampiran 5 Cara Perhitungan Skala Likert.....	50
Lampiran 6 Dokumentasi .....	59