UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Ramen di Kabupaten Sleman
Tyas Hasna Khairunnisa, Megita Ryanjani Tanuputri, S.T.P., M.Sc., Ph.D.; Dr. Jumeri, S.T.P. M.Si
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
INTISARI xi
ABSTRACT xii
BAB I 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Batasan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 10
BAB II 11
2.1 Ramen 11
2.2 Bauran Pemasaran 12
2.3 Niat Pembelian (*Purchase Intention*) 20
2.4 Keputusan Pembelian Konsumen 21
2.5 *Structural Equation Modelling* (SEM) 22
2.6 *Partial Least Square* 25
2.7 Penelitian Terdahulu 28
BAB III 32
3.1 Objek Penelitian 32
3.2 Pelaksanaan Penelitian 33
3.3 Populasi dan Sampel 34
3.4. Data yang diperlukan 36
3.5. Tahapan Penelitian 37
3.6. Diagram Alir 49

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Ramen di
Kabupaten Sleman**
Tyas Hasna Khairunnisa, Megita Ryanjani Tanuputri, S.T.P., M.Sc., Ph.D.; Dr. Jumeri, S.T.P. M.Si
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV 50
4.1 Deskripsi singkat restoran 50
4.2 Pengujian *Content Validity Ratio* (CVR) 53
4.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Uji Coba 56
4.4 Hasil Olah Data 59
4.4.1 Profil Responden 59
4.4.2. Pengujian *Outer* model 62
4.4.3. Pengujian *Inner model* 66
4.4.4 Pengujian Hipotesis 70
4.5 Analisis Jalur 80
4.6 Usulan Aktivitas Pemasaran 89
BAB V 92
5.1 Kesimpulan 92
5.2 Saran 93
DAFTAR PUSTAKA 94
LAMPIRAN 100