

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Struktur Organisasi	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAB LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	18
2.1.4 Minat Beli	18

2.1.5 Minat Beli Ulang.....	19
2.1.6 Hubungan antara Store atmosphere dengan Minat Beli Ulang.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
2.5.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	32
2.5.2 Waktu Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Tahapan Penelitian	34
3.3 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	35
3.3.1 Variabel Operasional.....	35
3.3.2 Skala Pengukuran.....	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.4.3 Teknik Sampling.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Data Primer	41
3.5.2 Data Sekunder.....	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Deskriptif	45
3.7.2 <i>Methods of Successive Internal (MSI)</i>	46
3.7.3 Uji Normalitas.....	47
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.7.5 Analisis Korelasi.....	48
3.7.6 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	49
3.7.7 Koefisien Determinasi.....	50
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51

4.1.1 Analisis Deskriptif	51
4.1.1.1 Gambaran Identitas Responden	51
4.1.1.2 Analisis Tanggapan Responden	53
4.1.2 Methods of Successive Internal (MSI).....	60
4.1.3 Uji Normalitas.....	60
4.1.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	61
4.1.5 Analisis Korelasi	62
4.1.6 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	63
4.1.7 Koefisien Determinasi.....	63
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2.1 Saran untuk Marka Coffee & Kitchen	71
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

