

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Yang Mengetahui Sejiwa Coffee	5
Tabel 1. 2 Peringkat minat beli konsumen terhadap <i>Coffee Shop</i> di Bandung Berdasarkan <i>Store Atmosphere</i> yang dimiliki	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	32
Tabel 3. 2 Uji Validitas.....	43
Tabel 3. 3 Uji Reliabel	45
Tabel 3. 4 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	47
Tabel 4. 1 Kategori Interpretasi Skor	56
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden mengenai Exterior	56
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden mengenai General Interior	59
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden mengenai Store layout	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden mengenai Interior Display	64
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Store Atmosphere.....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden mengenai Minat Beli Konsumen	67
Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4. 9 Koefisien	69
Tabel 4. 10 Pengujian Secara Simultan	73
Tabel 4. 11 Pengujian Parsial.....	74
Tabel 4. 12 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Exterior Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial	77
Tabel 4. 13 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung General Interior Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	78
Tabel 4. 14 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Store Layout Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	78
Tabel 4. 15 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Interior Display Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	79
Tabel 4. 16 Pembahasan Hasil	83