

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1. Kegunaan Teoritis	11
2. Aspek Praktis.....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Retail	13
2.1.3 Store Atmosphere.....	13
2.1.4 Elemen-elemen Store atmosphere.....	14
2.1.5 Perilaku Konsumen	18
2.1.6 Proses Keputusan pembelian.....	18
2.1.7 Keputusan pembelian	20

2.1.8	Hubungan Store Atmosphere dengan keputusan pembelian.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis Penelitian	38
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	38
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel	38
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	39
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian	39
BAB III		40
METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	40
3.2.1	Variabel Penelitian	40
3.2.2	Variabel operasional.....	40
3.2.3	Skala Pengukuran.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Tahapan Penelitian	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6	Uji Validitas dan Realiabilitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data	50
3.7.1	Analisis Deskriptif	50
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	52
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	53
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV		55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Pengumpulan Data	55
4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.2	Karakteristik Responden	57
4.2.1	Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin	57

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	58
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	59
4.3	Analisis Data	60
4.3.1	Analisis Deskriptif	60
4.3.2	Analisis Variabel Store Atmosphere (X)	60
4.3.3	Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1	Uji Normalitas	70
4.4.2	Uji Heterokedatisitas	71
4.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	73
4.4.4	Uji Hipotesis	73
4.5	Hasil Pembahasan.....	76
BAB V.....		79
KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.1.1	<i>Store Atmosphere</i> pada Shinju Ramen cabang Bojongsoang	79
5.1.2	Keputusan Pembelian Pelanggan pada Shinju Ramen cabang Bojongsoang	79
5.1.3	Besaran Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Shinju Ramen cabang Bojongsoang.....	80
5.2	Saran	80
5.2.1	Bagi Pengelola Bisnis	80
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		86