

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | i |
| HALAMAN MOTO PERSEMBAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Profil Chingu Korean Fan Café..... | 1 |
| 1.1.2 Logo Chingu Korean Fan Café | 1 |
| 1.1.3 Visi dan Misi Chingu Korean Fan Café | 2 |
| 1.1.4 Produk dan Layanan..... | 2 |
| 1.1.5 Struktur Organisasi Chingu Korean Fan Café | 3 |
| 1.2 Latar Belakang Masalah..... | 3 |
| 1.3 Identifikasi Masalah | 11 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 12 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis | 12 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 12 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 12 |
| 1.7 Waktu dan Periode Penelitian | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 Pemasaran | 14 |
| 2.1.1 Jasa | 15 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2 Restoran | 18 |
| 2.1.3 <i>Store Atmosphere</i> | 22 |
| 2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> | 28 |
| 2.1.5 Perilaku Konsumen | 30 |
| 2.1.7 Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian | 38 |
| 2.1.8 Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian | 38 |
| 2.1.9 Hubungan Antara <i>Store Atmosphere, Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 39 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 39 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 47 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 48 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian..... | 48 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 49 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 49 |
| 3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran | 49 |
| 3.2.1 Variabel Penelitian | 49 |
| 3.2.2 Variabel Operasional..... | 50 |
| 3.2.3 Skala Pengukuran..... | 52 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 54 |
| 3.4.1 Populasi | 54 |
| 3.4.2 Sampel..... | 55 |
| 3.4.3 Teknik Sampling | 55 |
| 3.5 Pengumpulan Data | 56 |
| 3.5.1 Jenis Data | 56 |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 56 |
| 3.6 Teknik Pengujian Data..... | 56 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 56 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 61 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 61 |
| 3.7.3 Uji Normalitas..... | 64 |

| | |
|---|------------|
| 3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 66 |
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis..... | 67 |
| 3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi | 70 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 71 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 71 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 71 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 72 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan | 72 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi | 73 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Chingu Korean Fan Café Bandung dalam 3 bulan terakhir | 73 |
| 4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Melihat Review Terlebih Dahulu | 74 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 75 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif | 75 |
| 4.3 Analisis verifikatif..... | 97 |
| 4.3.1 Uji Asumsi Klasik..... | 97 |
| 4.3.2 Pengaruh Store atmosphere, EWOM terhadap Keputusan pembelian | 101 |
| 4.4 Hasil Pembahasan..... | 107 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 109 |
| 5.1 Kesimpulan | 109 |
| 5.2 Saran..... | 109 |
| 5.2.1 Saran Teoritis | 109 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA | 111 |
| LAMPIRAN | |