

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Struktur Organisasi	2
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Pemasaran	18

2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3	<i>Store Atmosphere</i>	19
2.1.3.1	Tujuan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	19
2.1.3.2	Dimensi <i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.4	Kualitas Produk.....	25
2.1.4.1	Pentingnya Kualitas Produk.....	26
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Produk	27
2.1.4.3	Tingkatan Produk	28
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	29
2.1.5.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
2.1.5.2	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	31
2.1.5.3	Dimensi Keputusan Pembelian	32
2.1.6	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian.....	33
2.1.7	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.....	34
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.1	Ulasan Penelitian Skripsi	35
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional.....	40
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional.....	45
2.3	Kerangka Pemikiran	50
2.4	Hipotesis Penelitian	51
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	53
3.2.1	Variabel Operasional.....	53
3.2.2	Skala Pengukuran.....	56
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	56

3.3	Populasi dan Sampel	57
3.3.1	Populasi	57
3.3.2	Sampel.....	57
3.4	Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1	Data Primer	58
3.4.2	Data Sekunder	58
3.5	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	59
3.5.1	Uji Validitas	59
3.5.2	Uji Reliabilitas	61
3.6	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	62
3.7	Uji Asumsi Klasik	63
3.8	Teknik Analisis Data	65
3.8.1	Analisis Deskriptif	65
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.9	Pengujian Hipotesis	66
3.9.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	66
3.9.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	67
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	68
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Pengumpulan Data	70
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Profesi.....	72
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	73
4.3	Hasil Penelitian.....	74

4.3.1	Analisis Deskriptif	74
4.3.2	Analisis Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X_1)	75
4.3.3	Analisis Variabel Kualitas Produk (X_2)	87
4.3.4	Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
4.4	Analisis Data	95
4.4.1	Transformasi Data	95
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	95
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	99
4.5	Pengujian Hipotesis	100
4.5.1	Uji F	100
4.5.2	Uji T	101
4.6	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	104
4.7	Koefisien Determinasi	105
4.8	Hasil Hipotesis	106
4.9	Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran	115
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	115
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	116
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN		