

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Jenis Usaha dan Produk.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan	4
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	4
1.1.5 Struktur Organisasi.....	5
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Rangkuman Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Store Atmoshpere	18
2.1.3 Dimensi Store Atmosphere	19
2.1.4 Product Variation	24
2.1.5 Perceived Value	24
2.1.6 Keputusan Pembelian	25
2.1.7 Hubungan Antara Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.8 Hubungan Antara Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.9 Hubungan Antara Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian	27

2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	39.
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40.
BAB III		42
METODOLOGI PENELITIAN		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Variabel Operasional	45
3.2.2	Skala Pengukuran	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel	48
3.4	Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.1	Uji Validitas	50
3.5.2	Uji Reliabilitas	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	55
3.6.3	Partial Least Square.....	57
4.1	Karakteristik Responden	62
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
4.2	Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	66
4.2.2	Analisis PLS-SEM	73
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.3.1	Penilaian Responden mengenai variabel Store Atmosphere di Nati Coffee Indonesia	85
4.3.2	Penilaian Responden mengenai variabel Product Variation di Nati Coffee Indonesia	86
4.3.3	Penilaian Responden mengenai variabel Perceived Value di Nati Coffee Indonesia	86

4.3.4	Penilaian Responden mengenai variabel Keputusan Pembelian di Nati Coffee Indonesia.	87
4.3.5	Pengaruh Store Atmosphere, Product Variation dan Perceived Value secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	87
4.3.6	Pengaruh Store Atmosphere, Product Variation dan Perceived Value secara parsial terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V		90
KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
Daftar Pustaka		93
LAMPIRAN.....		95
Lampiran 1 : Lembar Kuesioner.....		95
Lampiran 2 : Tabulasi Data		101
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reabilitas		104
Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS 3.0.....		106