

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha Nama Perusahaan, dan Lokasi Penelitian .....	1
1.1.2 Visi, Misi Chingu Korean Fan Café .....	2
1.1.3 <i>Store Atmosphere</i> Chingu Korean Fan Café .....	3
1.1.4 Produk dan Layanan .....	4
1.1.5 Struktur Organisasi Chingu Korean Fan Café .....	5
1.2 Latar Belakang Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	14
1.5.2 Aspek Praktis .....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Pemasaran .....	15
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	15

2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.4 Pengertian Jasa .....	16
2.1.4.1 Karakteristik Jasa .....	17
2.1.4.2 Klasifikasi Jasa .....	18
2.1.5 Definisi Restoran .....	19
2.1.5.1 Klasifikasi Restoran .....	19
2.1.6 <i>Store Atmsosphere</i> .....	22
2.1.7 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	23
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	28
2.1.7 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian .....	33
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran .....	46
2.3 Hipotesis Penelitian .....	47
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	50
3.2.1 Variabel Penelitian .....	50
3.2.2 Variabel Operasional .....	51
3.2.3 Skala Pengukuran .....	53
3.3 Tahapan Penelitian .....	54
3.4 Populasi dan Sampel .....	55
3.4.1 Populasi .....	55
3.4.2 Sampel .....	56
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	57
3.5 Pengunpulan Data .....	57
3.5.1 Jenis Data .....	57
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.6 Teknik Pengujian Data .....	58
3.6.1 Uji Validitas .....	59

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	62
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	62
3.7.4 Penguji Hipotesis (Uji t).....	63
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	65
4.1.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	65
4.2 Karakteristik Responden .....	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	69
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan per bulan .....	70
4.3 Analisis Data .....	70
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	71
4.3.2 Analisis Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X) .....	71
4.3.3 Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	78
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	87
4.4.1 Uji Normalitas .....	87
4.4.2 Uji Heterokedatisitas .....	88
4.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	89
4.4.4 Uji Hipotesis .....	91
4.5 Pembahasan .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.1.1 <i>Store Atmosphere</i> pada Chingu Korean Fan Café .....	92
5.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen pada Chingu Korean Fan Café .....	92

5.1.3 Besaran Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chingu Korean Fan Café .....	92
5.2 Saran .....	93
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	93
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>