

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Yang Mengetahui Sejiwa Coffee .....	5
Tabel 1. 2 Peringkat minat beli konsumen terhadap <i>Coffee Shop</i> di Bandung Berdasarkan <i>Store Atmosphere</i> yang dimiliki .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	32
Tabel 3. 2 Uji Validitas.....	43
Tabel 3. 3 Uji Reliabel .....	45
Tabel 3. 4 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	47
Tabel 4. 1 Kategori Interpretasi Skor .....	56
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden mengenai Exterior .....	56
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden mengenai General Interior .....	59
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden mengenai Store layout .....	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden mengenai Interior Display .....	64
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Store Atmosphere.....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden mengenai Minat Beli Konsumen .....	67
Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
Tabel 4. 9 Koefisien .....	69
Tabel 4. 10 Pengujian Secara Simultan .....	73
Tabel 4. 11 Pengujian Parsial.....	74
Tabel 4. 12 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Exterior Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial .....	77
Tabel 4. 13 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung General Interior Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	78
Tabel 4. 14 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Store Layout Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	78
Tabel 4. 15 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Interior Display Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Parsial.....	79
Tabel 4. 16 Pembahasan Hasil .....	83