

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Kualitas Produk	20
2.1.3 Kualitas Pelayanan	24
2.1.4 Promosi	30
2.1.5 Atmosfir dalam Coffee Shop.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu	40

2.3 Kerangka pemikiran	43
2.4 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.1.1 Variabel Penelitian	45
3.1.2 Definisi Operasional.....	46
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Data Primer	50
3.3.2 Data Sekunder	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1 Observasi	51
3.4.2 Metode Survey	51
3.5 Metode Analisis Data	53
3.5.1 Analisis Deskriptif	53
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	54
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji Reabilitas	55
3.7 Uji Asumsi Klasik	55
3.7.1 Uji Normalitas	55
3.7.2 Uji Multikolonieritas	56
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	56
3.8 Uji Regresi Linier Berganda	57
3.9 Uji Kelayakan Suatu Model	58
3.9.1 Uji Signifikan Simultan	58
3.9.2 Uji Signifikansi Parameter Individual	59
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	63
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	65
4.1.3.1 Analisis Indeks Jawaban Variabel Kualitas Produk ...	66
4.1.3.2 Analisis Indeks Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	68
4.1.3.3 Analisis Indeks Jawaban Variabel Promosi.....	70
4.1.3.4 Analisis Indeks Jawaban Variabel	
Atmosfir dalam CoffeeGroove	72
4.1.3.5 Analisis Indeks Jawaban Variabel	
Keputusan Pembelian dalam CoffeeGroove.....	74
4.2 Analisis Data	76
4.2.1 Uji Validitas.....	76
4.2.2 Uji Reliabilitas	78
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2.3.1 Uji Normalitas	79
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	80
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	81
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	82
4.2.5 Uji Kelayakan Suatu Model	84
4.2.5.1 Uji Statistik F.....	84
4.2.5.2 Uji Signifikasi Parameter individual (t).....	85
4.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.3 Pembahasan	87
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Keterbatasan	95

5.3 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN LAMPIRAN	103