

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 4 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah | 6 |
| E. Tujuan Penelitian | 6 |
| F. Manfaat Penelitian | 6 |
| G. Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 10 |
| A. Pengertian Manajemen | 10 |
| B. Pengertian Manajemen Pemasaran | 10 |
| C. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> | 11 |
| D. Dimensi <i>Store Atmosphere</i> | 12 |
| E. Pengertian Minat Beli | 20 |
| F. Indikator Minat Beli | 21 |
| G. Penelitian Terdahulu yang Relevan | 22 |

| | |
|--|----|
| H. Kerangka Berpikir | 23 |
| I. Model Penelitian | 24 |
| J. Hipotesis Penelitian | 25 |
| 1. Hubungan <i>Design Factors</i> dengan Minat Beli | 25 |
| 2. Hubungan <i>Ambient Factors</i> dengan Minat Beli | 27 |
| 3. Hubungan <i>Social Factors</i> dengan Minat Beli | 28 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 30 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 30 |
| 1. Tempat Penelitian | 30 |
| 2. Waktu Penelitian | 30 |
| B. Jenis Data dan Sumber Data | 31 |
| 1. Jenis Data | 31 |
| 2. Sumber Data | 31 |
| a. Data Primer | 31 |
| b. Data Sekunder | 32 |
| C. Populasi dan Sampel | 32 |
| 1. Populasi | 32 |
| 2. Sampel | 33 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 34 |
| 1. Wawancara | 36 |
| 2. Studi Pustaka | 36 |
| E. Variabel Penelitian | 36 |
| 1. Variabel <i>Independent</i> | 37 |
| 2. Variabel <i>Dependent</i> | 37 |
| F. Uji Kualitas Data | 37 |
| 1. Uji Validitas | 37 |
| 2. Uji Reliabilitas | 43 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 48 |
| a. Uji Normalitas | 48 |

| | |
|--|-----------|
| b. Uji Autokorelasi..... | 49 |
| c. Uji Multikolinieritas | 50 |
| d. Uji Heteroskedastisitas | 50 |
| G. Metode Analisis Data | 51 |
| 1. Uji Hipotesis | 52 |
| a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) | 52 |
| b. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) | 53 |
| c. Koefisien Determinasi (R^2) | 53 |
| 2. Uji <i>Multiple Linear Regression</i> | 54 |
| H. Definisi Operasional Variabel | 55 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 58 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 58 |
| 1. Sejarah Perusahaan | 58 |
| 2. Struktur Organisasi | 61 |
| 3. Strategi Pemasaran Cafe Strawberry | 64 |
| B. Karakteristik Responden | 68 |
| 1. Berdasarkan Jenis Kelamin | 68 |
| 2. Berdasarkan Usia | 69 |
| 3. Berdasarkan Pendidikan terakhir | 70 |
| 4. Berdasarkan Pekerjaan | 71 |
| 5. Berdasarkan Jumlah Kunjungan | 71 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 72 |
| A. Tahapan Pelaksanaan Penelitian | 72 |
| B. Hasil Uji Validitas | 73 |
| 1. Hasil Uji Validitas <i>Design Factors</i> | 74 |
| 2. Hasil Uji Validitas <i>Ambient Factors</i> | 74 |
| 3. Hasil Uji Validitas <i>Social Factors</i> | 76 |
| 4. Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i> | 77 |
| C. Hasil Uji Reliabilitas | 77 |

| | |
|---|-----------|
| D. Hasil Uji Asumsi Klasik | 79 |
| 1. Hasil Uji Normalitas | 79 |
| 2. Hasil Uji Autokorelasi | 80 |
| 3. Hasil Uji Multikolinieritas | 82 |
| 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 83 |
| E. Hasil Pengujian Hipotesis | 84 |
| 1. Hasil Uji F | 84 |
| 2. Hasil Uji t | 85 |
| 3. Hasil Koefisiensi Determinan (R^2) | 86 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 88 |
| A. Kesimpulan | 88 |
| B. Saran | 89 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN