

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERNYATAAN PROGRAM SARJANA

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	9
1.4.2 Kegunaan Operasional	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
	HIPOTESIS PENELITIAN	11
2.1	Tinjauan Pustaka	11
2.1.1	Pemasaran	11
2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.1.4	Ruang Lingkup Eceran (<i>Retailing</i>)	15
2.1.5	Bauran Ritel (<i>Retailing Mix</i>).....	16
2.1.6	<i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.6.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.6.2	Pengukuran <i>Store Atmosphere</i>	19
2.1.7	Perilaku Konsumen	22
2.1.8	Proses Keputusan Pembelian	23
2.1.9	Perilaku Pasca Pembelian	24
2.1.10	Keputusan Pembelian Ulang	25
2.1.11	Hubungan Variabel <i>Store Atmosphere</i> dan Keputusan Pembelian Ulang	27
2.1.12	Penelitian Terdahulu	28
2.2	Kerangka Pemikiran	33
2.3	Paradigma Penelitian	37
2.4	Hipotesis Penelitian	37

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1	Objek Penelitian	38
3.1.1	Gambaran Umum <i>Resto</i> Lekker 188.....	38
3.1.1.1	Sejarah Singkat <i>Resto</i> Lekker 188	38
3.1.1.2	Visi dan Misi <i>Resto</i> Lekker 188.....	39
3.2	Metodologi Penelitian	40
3.2.1	Metode yang digunakan	40
3.2.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	41
3.2.2.1	Definisi Variabel	41
3.2.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	42
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Data.....	44
3.2.3.1	Populasi.....	44
3.2.3.2	Sampel.....	45
3.2.3.3	Teknik Penentuan Sampel.....	45
3.2.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.4.1	Sumber Data.....	46
3.2.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.2.5	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.2.5.1	Instrumen Penelitian.....	47
3.2.5.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
3.2.5.3	Analisis Data Deskriptif	50
3.2.5.4	Transpormasi Data dengan <i>Method Successive</i> <i>Interval (MSI)</i>	51

3.2.5.4 Uji Normalitas	52
3.2.5.6 Regresi Linier Sederhana	53
3.2.5.7 Koefisien Determinasi.....	54
3.2.5.8 Hipotesis Penelitian.....	55
 BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Pengujian Instrumen dan Gambaran Umum Responden.....	59
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	59
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	61
4.1.3 Gambaran Umum Responden	62
4.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai	
<i>Store Atmosphere</i>	65
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Tampak	
Depan Bangunan	65
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Papan	
Nama <i>Resto</i>	66
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Area	
Parkir	68
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator	
Skema Warna	70
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator	
Pencahayaan Ruangan	71

4.2.6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Arus	
Lalu Lintas	73
4.2.7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Petunjuk	
Informasi.....	74
4.2.8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator	
Barang-barang Dekorasi	76
4.2.9 Akumulasi Jawaban Responden Tentang	
<i>Store Atmosphere</i>	77
4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Tentang Keputusan	
Pembelian Ulang	81
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Menjadi	
Preferensi Pembelian	81
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Akan	
Tetap Berkunjung Kembali dalam Waktu Dekat.....	83
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Menjadi	
Pelanggan Setia	85
4.3.4 Akumulasi Jawaban Responden Tentang Keputusan	
Pembelian Ulang	86
4.4 Analisis <i>Store Atmosphere</i> sebagai Variabel Bebas (X)	
Dan Keputusan Pembelian Ulang sebagai Variabel Terikat (Y)	89
4.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	89
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	90
4.4.3 Uji Normalitas	91

4.4.4 UjiHipotesis (Uji t).....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor 2016.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung 2017	2
Tabel 1.3 Data Kunjungan Konsumen <i>Resto</i> Lekker 188 Bandung Tahun 2017	4
Tabel 1.4 Hasil Pra-survey Variabel Keputusan pembelian Ulang.....	6
Tabel 1.5 Hasil Pra-survey Variabel <i>Store Atmosphere</i>	7
Tabel 2.1 Pengukuran Indikator <i>Store Atmosphere</i>	21
Tabel 2.2 Pengukuran Indikator Keputusan Pembelian Ulang	27
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Skala Nilai Alternatif Jawaban	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	60
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan	64
Tabel 4.7 Indikator Tampak Depan Bangunan	65
Tabel 4.8 Indikator Papan Nama <i>Resto</i>	66
Tabel 4.9 Indikator Area Parkir	68
Tabel 4.10 Indikator Skema Warna	70
Tabel 4.11 Indikator Pencahayaan Ruangan.....	71

Tabel 4.12 Indikator Arus Lalu Lintas	73
Tabel 4.13 Indikator Petunjuk Informasi	74
Tabel 4.14 Indikator Barang-barang Dekorasi.....	76
Tabel 4.15 Akumulasi Jawaban Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i>	77
Tabel 4.16 Indikator Menjadi Preferensi Pembelian.....	81
Tabel 4.17 Indikator Akan Tetap Berkunjung Kembali dalam Waktu Dekat.....	83
Tabel 4.18 Indikator Menjadi Pelanggan Setia	85
Tabel 4.19 Akumulasi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian Ulang	86
Tabel 4.20 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	90
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.22 Uji Normalitas.....	92
Tabel 4.23 Uji Hipotesis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	37
Gambar 3.1 Suasana <i>Resto</i> Lekker 188.	39
Gambar 3.2 Interval Interpretasi Hasil Penelitian	51
Gambar 3.3 Kurva Hipotesis	58
Gambar 4.1 Standar Kategori Responden Indikator 1 <i>Store Atmosphere</i>	65
Gambar 4.2 Standar Kategori Responden Indikator 2 <i>Store Atmosphere</i>	67
Gambar 4.3 Standar Kategori Responden Indikator 3 <i>Store Atmosphere</i>	68
Gambar 4.4 Standar Kategori Responden Indikator 4 <i>Store Atmosphere</i>	70
Gambar 4.5 Standar Kategori Responden Indikator 5 <i>Store Atmosphere</i>	72
Gambar 4.6 Standar Kategori Responden Indikator 6 <i>Store Atmosphere</i>	73
Gambar 4.7 Standar Kategori Responden Indikator 7 <i>Store Atmosphere</i>	75
Gambar 4.8 Standar Kategori Responden Indikator 8 <i>Store Atmosphere</i>	76
Gambar 4.9 Jarak Interval Pada Garis Kontinum <i>Store Atmosphere</i>	79
Gambar 4.10 Standar Kategori Responden Indikator 1 Keputusan Pembelian Ulang	81
Gambar 4.11 Standar Kategori Responden Indikator 2 Keputusan Pembelian Ulang	83
Gambar 4.12 Standar Kategori Responden Indikator 3 Keputusan Pembelian Ulang	85

Gambar 4.13 Jarak Interval pada Garis Kontinum Keputusan

Pembelian Ulang 88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Setelah Dilakukan MSI
- Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data
- Lampiran 4 Tabel Distribusi T
- Lampiran 5 Tabel Distribusi R
- Lampiran 6 Surat Keterangan Skripsi
- Lampiran 7 Photocopy Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup