

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Keaslian Tulisan	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Grafik	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Konseptual.....	12
H. Definisi Operasional.....	13
I. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	16
-----------------------------	----

B. Minat Beli	17
C. Lokasi	21
D. Kualitas Produk.....	26
E. Store Atmosphere.....	29
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
G. Kerangka Konseptual	40
H. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
1. Pendekatan Penelitian	42
2. Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	43
3. Sampling	44
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	44
1. Sumber Data.....	44
2. Variabel.....	45
3. Skala Pengukuran.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	46
1. Teknik Pengumpulan Data.....	46
2. Instrumen Penelitian.....	46
E. Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Uji Multikolinearitas	51
3. Analisis Regresi	52
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
c. Uji-F	53
d. Uji-T	54
4. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Heterokedastisitas	56
c. Uji Autokorelasi.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	58
B. Uji Instrumen	62
C. Analisis Data.....	64

1. Analisis Deskriptif	64
2. Uji Multikolinearitas	67
3. Analisis Regresi	68
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
c. Uji-F	70
d. Uji-T	70
4. Uji Asumsi Klasik.....	72
a. Uji Normalitas.....	72
b. Uji Heterokedastisitas	72
c. Uji Autokorelasi.....	73

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Ruang Luang <i>Coffee</i> Trenggalek	74
B. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Ruang Luang <i>Coffee</i> Trenggalek.....	76
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Ruang Luang <i>Coffee</i> Trenggalek	78
D. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Ruang Luang <i>Coffee</i> Trenggalek	81

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran