

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN SAMPUL LUAR | i |
| HALAMAN SAMPUL DALAM..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | v |
| SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..... | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| ABSTRAK | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 8 |
| C. Rumusan Masalah | 9 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian | 11 |
| G. Penegasan Istilah | 12 |
| H. Sistematika Penulisan Skripsi | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 20 |
| A. Manajemen Pemasaran..... | 20 |
| B. Keputusan Pembelian..... | 22 |
| C. Lokasi | 27 |
| D. Promosi..... | 30 |
| E. Kualitas produk | 32 |

| | | |
|---------|---|----|
| F. | <i>Store atmosphere</i> | 37 |
| G. | Kajian Penelitian Terdahulu | 41 |
| H. | Kerangka Konseptual | 43 |
| I. | Hipotesis Penelitian..... | 44 |
| BAB III | METODE PENELITIAN..... | 47 |
| A. | Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 47 |
| B. | Populasi, Sampling, dan Sampel | 47 |
| C. | Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran | 49 |
| D. | Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| E. | Instumen Penelitian | 50 |
| F. | Metode analisis..... | 52 |
| G. | Teknik Analisis Data..... | 55 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN | 62 |
| A. | Deskripsi Data | 62 |
| 1. | Gambaran Umum Objek Penelitian | 62 |
| 2. | Lokasi Penelitian | 63 |
| 3. | Deskripsi Karakteristik Responden..... | 63 |
| 4. | Deskripsi Variabel | 66 |
| B. | Analisis Data Penelitian | 71 |
| 1. | Uji Multikolinieritas..... | 71 |
| 2. | Pembentukan Model Regresi | 71 |
| 3. | Uji Keباikan Model..... | 73 |
| 4. | Uji Hipotesis..... | 74 |
| 5. | Uji Asumsi Klasik | 76 |
| BAB V | PEMBAHASAN | 78 |
| A. | Lokasi, Promosi, Kualitas Produk, dan <i>Store Atmosphere</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada 7 Bintang <i>Coffee</i> Tulungagung... 78 | |
| B. | Lokasi Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada 7 Bintang <i>Coffee</i> Tulungagung | 80 |
| C. | Promosi Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada 7 Bintang <i>Coffee</i> Tulungagung | 82 |
| D. | Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada 7 Bintang <i>Coffee</i> Tulungagung..... | 84 |

| | |
|--|-----|
| E. <i>Store Atmosphere</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada 7 Bintang <i>Coffee</i> Tulungagung..... | 86 |
| BAB VI PENUTUP | 89 |
| A. Kesimpulan..... | 89 |
| B. Saran..... | 90 |
| DAFTAR RUJUKAN | 92 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 101 |