

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Hipotesis	20
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Manajemen	22
B. Manajemen Pemasaran	23
C. Keputusan Pembelian	26
D. <i>Store Atmosphere</i>	35
E. Harga	41
F. Lokasi	46
BAB III	
METODE PENELITIAN	49
A. Metode Penelitian	49
B. Populasi Dan Sampel	51
C. Metode Pengambilan Sampel	51

D. Metode Pengumpulan Data	52
E. Variabel Penelitian	55
F. Metode Analisis Data	58
G. Metode Analisis Statistik	60
H. Pegujian Hipotesis	61
I. Jadwal Dan Tempat Penelitian	67
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Obyek Penelitian	69
1. Mengenai Banzai Ramen	69
2. Struktur Organisasi Banzai Ramen Cabang Cicalengka	71
B. Hasil Penelitian	71
1. Profil Responden	71
2. Hasil Uji Validitas	76
3. Hasil Uji Reabilitas	79
4. Analisis Regresi Linier Berganda	80
5. Hasil Uji Hipotesis	82
a. Uji Korelasi	82
b. Uji Parsial (t)	84
c. Uji Simultan (F)	86
d. Uji Determinasi (R^2)	88
C. Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB V	
PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data Peningkatan Konsumsi Mie di Indonesia	2
1.2	Data Tingkat Konsumsi Mie di Dunia	3
1.3	Kerangka Pemikiran	16
2.1	Konsep Pokok Pengertian Pemasaran	25
2.2	Tipe Prilaku Keputusan Pembelian	26
2.3	Proses Pembelian Konsumen	29
4.1	Logo Perusahaan	70
4.2	Struktur Organisasi Bnazai Ramen Cabang Cicalengka	71
4.3	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (X1)	85
4.4	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (X2)	86
4.5	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (X3)	87
4.6	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F	88

DAFTAR TABEL

1.1	Data pengunjung berdasarkan usia	4
1.2	Hasil Mini Survey	5
1.3	Perbandingan Harga Ramen di Daerah Cicalengka	9
1.4	Penelitian Terdahulu	17
3.1	Skor Penilaian Skala Likert	55
3.2	Operasional Variabel Penelitian	56
3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	62
3.4	Jadwal Penelitian	68
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2	Responden Berdasarkan Usia	72
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan	74
4.5	Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan (Periode 20 Februari 2017-20 Februari 2018)	75
4.6	Hasil Pengujian Validitas Instrumen <i>Store Atmosphere</i>	76
4.7	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Harga	77
4.8	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Lokasi	78
4.9	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Keputusan Pembelian	78
4.10	Hasil Uji Reabilitas	80
4.11	Hasil pengujian regresi Linier Berganda	81
4.12	Kriteria Tingkat Korelasi	82
4.13	Hasil Uji Korelasi	83
4.14	Hasil Uji Parsial (t)	84
4.15	Hasil Uji Simultan (F)	87
4.16	Hasil Uji Determinasi (R^2)	88