

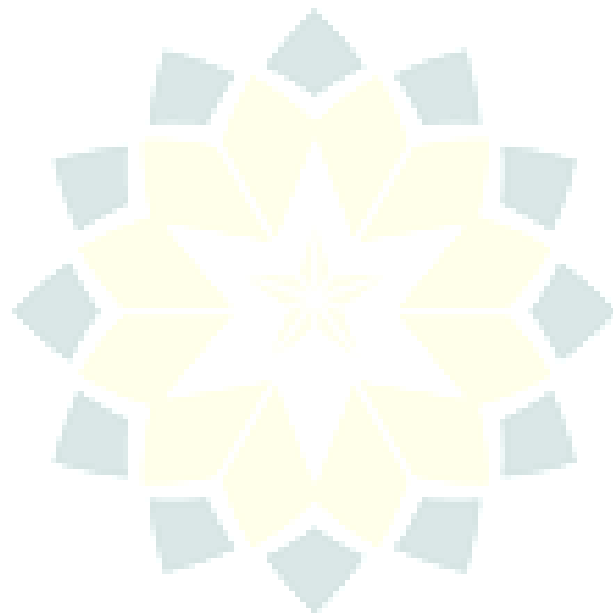
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	10
F. Kerangka Pemikiran	11
G. Hipotesis	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Tinjauan Pustaka	19
a. Pengertian Manajemen	19
b. Pengertian Pemasaran	22
c. Konsep Pemasaran	25
d. Bauran Pemasaran	31
e. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	35
f. Pengertian <i>Place</i>	39
g. Pentingnya memilih lokasi.....	40
h. Pengertian Keputusan Pembelian	42

i. Tahap Proses Keputusan Pembelian	43
j. Jenis-jenis Prilaku Pembelian	47
k. Faktor Utama yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian ..	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Metode Penelitian	49
B. Populasi dan Sampel	50
C. Operasional Variabel.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1. Kuesioner	52
E. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Realibilitas	55
3. Metode Analisis/ Uji Hipotesis	56
a. Uji Regresi	56
b. Uji t	57
c. Uji F	58
d. Koefisien Determinasi.....	59
F. Analisis Determinasi	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	61
B. Data Deskriptif Pengunjung Cafe dan Resto di wilayah Cileunyi Bandung Warunk D'Manggala, Kedai Cuanki Ratu dan Cafe Eatkeun.....	63
C. Pengolahan Data Deskriptif	64
D. Analisi Data.....	75
1. Uji Validitas	75
2. Uji Reliabilitas.....	77
E. Teknik Pengolahan Data	79
1. Korelasi.....	79
2. Regresi Linier Berganda.....	80

3. Uji Hipotesis.....	82
a. Uji Parsial (t)	82
b. Uji Simultan (f).....	83
c. Koefisien Determinasi	85
F. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG