

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Store Atmosphere.....	19
2.3 Brand Image	22
2.4 Penelitian Relevan.....	26
2.5 Kerangka Berpikir.....	28
2.6 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Populasi Dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional.....	33
3.3.1 Variabel Penelitian.....	33
3.3.2 Defenisi Operasional	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Uji Instrumen Penelitian	37
3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reabilitas	37

3.6	Teknis Analisis data	38
3.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.7	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.1	Uji Normalitas	39
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	40
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.8	Uji Hipotesis.....	41
3.8.1	Uji F.....	41
3.8.2	Uji T	41
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Penelitian	43
4.1.1	Profil Majestyk Bakery and Cake Shop.....	43
4.2	Identifikasi Responden.....	44
4.3	Uji Instrumen Penelitian	45
4.3.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas Store Atmosphere (X1)	45
4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Image (X2).....	47
4.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (y)	48
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1	Uji Normalitas	49
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	51
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.6	Uji Hipotesis.....	54
4.6.1	Uji Parsial (Uji-T).....	54
4.6.2	Uji Simultan (Uji-F).....	56
4.6.3	Koefisien Determinasi	56
4.7	Deskripsi Data Penelitian.....	57
4.7.1	Store Atmosphere (X1).....	58
4.7.2	Brand Image (X2).....	59
4.7.3	Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.8	Pembahasan Penelitian.....	63
4.8.1	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.8.2	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	64

4.8.3 Pengaruh Store Atmosphere&Brand image Terhadap Keputusan Pembelia65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

