

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Pembatasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN TEORI	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	36
2.2 Penelitian Relevan.....	41
2.3 Kerangka Berfikir.....	43
2.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44

2.3.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.2.1	Populasi.....	47
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
3.3.1	Variabel Penelitian	48
3.3.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4	Jenis dan Sumber Data	50
3.5.1	Jenis Data	50
3.5.2	Sumber Data.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Studi Kepustakaan.....	51
3.5.2	Observasi.....	51
3.5.3	Wawancara.....	51
3.5.4	Angket (Kuisisioner).....	52
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	53
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reliabilitas	54
3.7	Teknik Analisis Data	55

3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.8	Uji Hipotesis.....	58
3.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	58
3.8.2	Uji Simultan (Uji F)	58
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	60
4.2	Tahap Penelitian	60
4.3	Deskriptif Hasil Penelitian	61
4.3.1	Karakteristik Responden	61
4.3.2	Jenis Kelamin	61
4.3.3	Usia	62
4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	62
4.4.1	Uji Validitas	62
4.4.2	Uji Reliabilitas	64
	<i>Word Of Mouth</i> (X2)	64
4.5	Teknik Analisis Data	65
4.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.6.2	Uji Regresi Linier Berganda	70
4.6	Uji Hipotesis.....	72
4.6.1	Uji T (Parsial).....	72
4.6.2	Uji F (Simultan)	73

4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	74
4.7	Hasil dan Pembahasan	75
4.7.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Niscala <i>Coffee</i>	76
4.7.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Niscala <i>Coffee</i>	77
4.7.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Niscala <i>Coffee</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		89