

Daftar Isi

HALAMAN	
PERSEMBAHAN.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
Daftar Isi.....	VII
Daftar Gambar.....	X
Daftar Tabel.....	XI
ABSTRAK.....	XIII
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
1.5. Tinjauan Teoritis.....	8
1.5.1. Pemasaran.....	8
1.5.2. Bauran Pemasaran.....	8
1.5.3. Bauran Penjualan Eceran (retailingmix).....	10
1.5.4. Atmosfer Toko.....	13
1.5.4.1. Faktor-faktor dalam menciptakan suasana toko.....	14
1.5.4.2. Elemen - elemen suasana toko.....	15
1.5.5. Harga.....	16
1.5.5.1. Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat harga.....	17
1.5.5.2. Bauran Harga.....	18
1.5.5.3. Indikator Harga.....	19
1.5.6. Keputusan Pembelian.....	20
1.5.6.1. Jenis Jenis Keputusan Pembelian.....	21

1.5.6.2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	23
1.5.6.3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
1.6. Tinjauan Empiris.....	27
1.7. Konsep Yang Menghubungkan Antar Variabel.....	33
1.7.1. Pengaruh Atmosfer toko terhadap Keputusan Pembelian.....	33
1.7.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
1.8. Kerangka Berpikir.....	35
1.9. DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	36
1.9.1. Definisi Konsep.....	36
1.9.1.1. Atmosfer Toko.....	36
1.9.1.2. Harga.....	36
1.9.1.3. Keputusan Pembelian.....	36
1.9.2. Definisi Operasional.....	37
1.9.2.1. Atmosfer Toko.....	37
1.9.2.2. Harga.....	37
1.9.2.3. Keputusan Pembelian.....	37
1.10. HIPOTESIS.....	38
1.11. METODE PENELITIAN.....	39
1.11.1. Tipe Penelitian.....	39
1.11.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
1.11.3. Lokasi Penelitian.....	39
1.11.4. Sumber Data.....	40
1.11.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.11.6. Populasi dan Sampel.....	41
1.11.6.1. Populasi.....	41
1.11.6.2. Sampel.....	41
1.11.7. Teknik sampling.....	42
1.11.8. Uji Validitas.....	43

1.11.9. Uji Reliabilitas.....	44
1.11.10. Uji Asumsi Klasik.....	44
1.11.10.1. Uji Normalitas.....	44
1.11.10.2. Uji Multikolonieritas.....	45
1.11.10.3. Uji Heteroskedastisitas.....	45
1.11.11. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda.....	46
1.11.11.1. Uji t.....	46
1.11.11.2. Uji F (Uji Simultan).....	46
1.11.11.3. Koefisien Determinasi.....	47
1.11.12. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
BAB II.....	49
2.1. Sejarah Perusahaan.....	49
2.2. Visi dan Misi J.co Donuts & Coffee.....	50
2.3. Logo dan Slogan J.co Donuts & Coffee.....	50
2.3.1. Visi J.CO Donuts & Coffee.....	50
2.3.2. Misi J.CO Donuts & Coffee.....	51
2.4. Perihal Variabel Penelitian Dengan Produk J.CO Donuts & Coffee.....	51
2.4.1. Perihal Atmosfer Toko J.CO Donuts & Coffee.....	51
2.4.2. Perihal Harga J.CO Donuts & Coffee.....	51
2.4.3. Perihal Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee.....	52
BAB III.....	53
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	53
BAB IV.....	84
PENUTUP.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	90

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 1. 3 Model Hipotesis.....	39
Gambar 2. 1 Logo J.Co Donuts & Coffee.....	50

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Tahunan J.CO Donuts & Coffee Menurut Top brand.....	4
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 1. 3 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 3. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 3. 4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 3. 5 Responden Berdasarkan Perkerjaan.....	56
Tabel 3. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan.....	57
Tabel 3. 7 Pencahayaan pada J.co Donuts & Coffee sudah mencukupi.....	58
Tabel 3. 8 Saya merasa sirkulasi udara di dalam J.co Donuts & Coffee selalu segar.....	59
Tabel 3. 9 Saya merasa product display pada J.co Donuts & Coffee sesuai dengan life style masa kini.....	60
Tabel 3. 10 Warna cat dinding pada J.co Donuts & Coffee berwarna menarik.....	60
Tabel 3. 11 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel atmosphere took.....	61
Tabel 3. 12 Daftar harga makanan yang di tawarkan J.co Donuts & Coffee sesuai dengan daya beli masyarakat.....	62
Tabel 3. 13 J.co Donuts & Coffee sering memberikan potongan harga pada pembelian donuts dalam jumlah tertentu.....	63
Tabel 3. 14 J.co Donuts & Coffee sering memberikan discount pada pembelian tumblr dan mug dalam hari - hari perayaan tertentu.....	64
Tabel 3. 15 Saya tertarik membeli J.co Donuts & Coffee karena mendapatkan discount apabila menggunakan pembayaran tertentu.....	65
Tabel 3. 16 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel Harga.....	66
Tabel 3. 17 Saya membeli donat di J.co Donuts & Coffee karena ada keinginan.....	67
Tabel 3. 18 Saya memutuskan untuk membeli J.co Donuts & Coffee karena harga yang ditawarkan terjangkau.....	67
Tabel 3. 19 Saya membeli J.co Donuts & Coffee karena ada diskon dan potongan harga.....	68
Tabel 3. 20 Setelah melihat - lihat produk dan harga yang ditawarkan J.co Donuts & Coffee saya tertarik untuk membeli.....	69

Tabel 3. 21 Suasana yang nyaman membuat saya membeli produk di J.co Donuts & Coffee.....	70
Tabel 3. 22 Aroma dari produk J.co Donuts & Coffee membuat saya tertarik untuk membeli...71	
Tabel 3. 23 Penataan Produk J.co Donuts & Coffee yang menarik membuat saya tertarik untuk membeli.....	71
Tabel 3. 24 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 3. 25 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 3. 26 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 3. 27 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	77
Tabel 3. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 3. 29 Hasil Uji T.....	79
Tabel 3. 30 Hasil Uji F.....	80
Tabel 3. 31 Ringkasan Hasil Uji Regresi.....	80