

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
Tabel 1.2 Data Ulasan Konsumen Hamblingo Café	7
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Praktis	11
1.4.2 Manfaat Teoritis	12
1.5 Tinjauan Pustaka	12
1.5.1 Landasan Teori	12
1.5.2 Permasalahan Riil	17
1.5.3 Store Atmosfer	21
1.5.4 Kualitas Produk	29
1.5.5 Minat Beli	34
1.5.6 Keputusan Pembelian	36
1.6 Tinjauan Empiris	41
Tabel 1.3	49
Penelitian Terdahulu	49
1.7 Pengaruh <i>Store Atmosfer</i>	56
1.7.1 <i>Store Atmosfer</i> terhadap Minat beli	56
1.7.2 Kualitas Produk terhadap Minat Beli	57
1.7.3 <i>Store Atmosfer</i> terhadap keputusan pembelian	58

1.7.4 Kualitas produk terhadap keputusan pembelian	59
1.7.5 Minat beli terhadap keputusan pembelian	59
1.8 <i>Kemampuan Persebaran</i>	61
1.9 <i>Hipotesis</i>	62
1.10 <i>Definisi Konsep dan Definisi Operasional</i>	64
1.10.1 Definisi Konsep	64
1.10.2 Definisi Operasional	65
Tabel 1.4	71
Model Skala Likert	71
BAB II	78
2.1 <i>Sejarah Pendirian Perusahaan Kafe Hanbinggo</i>	78
2.2 <i>Sarana Kafe Hanbinggo (Store Atmosfer)</i>	79
2.3 <i>Kualitas Produk Kafe Hanbinggo</i>	81
2.4 <i>Profil Kafe Hanbinggo</i>	83
2.4.1 <i>Visi Kafe Hanbinggo</i>	83
2.4.2 <i>Misi Kafe Hanbinggo</i>	83
2.4.3 <i>Struktur Organisasi Kafe Hanbinggo</i>	84
2.4.4 <i>Tugas dan Tanggung Jawab</i>	84
2.4.5 <i>Logo Kafe Hanbinggo</i>	86
2.4.6 <i>Jam Operasional Kafe Hanbinggo Yogyakarta</i>	86
BAB III	88
3.1 HASIL	88
3.1.1 <i>Uji Instrumen Penelitian</i>	88
1. <i>Uji Validasi</i>	88
Tabel 3.1 <i>Store Atmosfer</i>	89
Tabel 3.2 <i>Kualitas Produk</i>	90
Tabel 3.3 <i>Minat Beli</i>	90
Tabel 3.4	91
<i>Keputusan Pembelian</i>	91
2. <i>Uji Reliabilitas</i>	91
Tabel 3.5	92
<i>Hasil Uji Reliabilitas Store Atmosfer, Kualitas Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian</i> ...	92
3.1.7 <i>Karakteristik Responden</i>	92

Tabel 3.6 Usia Responden	93
Tabel 3.7 Pekerjaan Responden.....	93
Tabel 3.8 Demografi Responden	94
Tabel 3.9 Frekuensi Pembelian Responden.....	95
3.1.3 Analisis Deskriptif.....	95
1. Deskriptif Variabel Store Atmosfer	96
Tabel 3.10 Interior kafe yang Menarik.....	96
Tabel 3.11 kondisi Ruangan pada Kafe Hanbinggo Bersih.....	98
Tabel 3.12 Rancangan Pada Ruang Kafe Menarik.....	99
Tabel 3.13 Music yang dimainkan di Kafe Hanbinggo membuat saya merasa nyaman dialaminya	100
Tabel 3.14 aroma di ruangan kafe hanbinggo wangi.....	101
Tabel 3.15 Pencahayaan pada kafe hanbinggo mampu meningkatkan daya tarik.....	102
Tabel 3.16 penataan meja di kafe hanbinggo teratur.....	103
Tabel 3.17 letak kafe hanbinggo strategis.....	105
Tabel 3.18 tempat parkir kafe hanbinggo luas.....	106
Tabel 3.19 papan nama kafe hanbinggo mudah dilihat.....	107
Tabel 3.20 model/desain bangunan kafe hanbinggo menarik sehingga tertarik untuk masuk.....	108
Tabel 3.21 Pintu masuk kafe hanbinggo luas sehingga memudahkan akses masuk kedalam.....	109
Tabel 3.22 tekstur dinding kafe hanbinggo bagus	111
2. Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	112
Tabel 3.23 produk makanan yang disajikan oleh kafe hanbinggo memiliki tampilan yang menarik.....	113
Tabel 3.24 produk minuman yang disajikan oleh kafe hanbinggo memiliki tampilan yang menarik.....	114
Tabel 3.25 produk makanan yang disajikan oleh kafe hanbinggo memiliki tampilan yang rapi.	115
Tabel 3.26 produk makanan yang disajikan oleh kafe hanbinggo memiliki tampilan yang rapi.	116
Tabel 3.27 porsi makanan yang disajikan oleh kafe hanbinggo sesuai dengan standart.....	117

Tabel 3.28 porsi minuman yang disajikan oleh kafe harbinggo sesuai dengan standart.....	119
Tabel 3.29 porsi yang disajikan oleh kafe harbinggo sesuai dengan harapan konsumen.....	120
Tabel 3.30 produk kafe harbinggo memiliki temperature yang aman untuk dikonsumsi.....	121
Tabel 3.31 temperatur makanan dan minuman sesuai dengan selera konsumen.....	122
Tabel 3.32 aroma makanan dikafe harbinggo sedap dan menggugah selera.	124
Tabel 3.33 aroma makanan dikafe harbinggo sedap dan menggugah selera.	125
Tabel 3.34 kafe harbinggo memiliki variasi bentuk makanan yang banyak.....	126
Tabel 3.35 bentuk makanan dari kafe harbinggo tidak berbeda saat disajikan.....	127
3. Deskriptif Variabel Minat Beli.	128
Tabel 3.36 saya banyak mencari informasi tentang kafe harbinggo.	129
Tabel 3.37 saya berniat membeli di kafe harbinggo.	130
Tabel 3.38 saya tertarik untuk mencoba makanan kafe tersebut karena rekomendasi dari teman saya.	131
Tabel 3.39 saya ingin mengetahui menu apa saja yang ada di kafe harbinggo.....	133
4. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 3.40 saya lebih memilih kafe harbinggo dibandingkan dengan kafe lainnya.	134
Tabel 3.41 saya merasa mantap membeli di kafe harbinggo.....	136
Tabel 3.42 saya melakukan pembelian dikafe harbinggo lebih sering dibandingkan dengan kafe lainnya.....	137
Tabel 3.43 saya membeli makanandan minuman dikafe harbinggo lebih banyak jika di bandingkan dengan kafe lainnya.....	138
3.1.4 Uji Analisis Elank.....	139
1. Uji Normalitas.....	139
2. Uji Multikolinerasitas.....	141
3. Uji Heteroskedastisitas dengan metode Glejser.....	142
3.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	143
3.1.6 Uji Sabel.....	145
3.1.7 Uji Hipotesis.....	147
1. Uji T (t-test).....	147
3.3 PEMBAHASAN.....	150
1. Pengaruh Store Atmosfer (X1) terhadap Minat Beli (Z).....	150
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2 Terhadap Minat Beli (Z).....	151
3. Pengaruh Store Atmosfer (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	152

4. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	153
5. Pengaruh Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	154
6. Pengaruh store atmosfer (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z)	156
7. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z).....	157
BAB IV	159
4.1 Kesimpulan.....	159
4.2 Saran.....	160
5.....	168