DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR..... **iii**

DAFTAR ISI..... **vi**

DAFTAR TABEL..... **ix**

DAFTAR GAMBAR..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 6

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 6

1.2.2 Rumusan Masalah..... 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 7

1.4 Kegunaan Penelitian..... 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 9

2.1.1 Bauran Pemasaran 9

2.1.2 Bauran Promosi 11

2.1.3 Periklanan..... 13

2.1.4 Tempat 16

2.1.5 Suasana Tempat 16
2.1.5.1 Pengertian Suasana Tempat 16
2.1.5.2 Elemen-elemen Suasana Tempat 18
2.1.5.3 Tujuan dan Pengaruh Suasana Tempat 22
2.1.6 Minat Beli 22
2.1.7 Jurnal Internasional dan Penelitian Sebelumnya 24
2.2 Kerangka Pemikiran 33
2.3 Hipotesis 36
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan 37
3.2 Operasional Variabel 38
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data 41
3.3.1 Sumber Data 41
3.3.2 Cara Penentuan Data dan Informasi 42
3.3.2.1 Populasi 42
3.3.2.2 Penentuan Ukuran Sampel 42
3.3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 45
3.4 Teknik Pengumpulan Data 46
3.4.1 Uji Validitas 47
3.4.2 Uji Reliabilitas 50
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis 53

3.5.1 Rancangan Analisis 53

3.5.1.1 Analisis Deskriptif 53

3.5.1.2 Analisis Verifikatif..... 57

3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis..... 58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Kedai Ling-Ling 59

4.2 Profil Konsumen 61

4.3 Variabel Iklan..... 63

4.4 Variabel Suasana Tempat 66

4.5 Variabel Minat Beli 69

4.6 Pengaruh Iklan dan Suasana Tempat terhadap Minat Beli..... 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 78

5.2 Saran..... 80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN