

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Bauran Pemasaran	11
2.1.2 Tempat.....	13
2.1.3 Suasana Tempat	14
2.1.3.1 Pengertian Suasana Tempat	14

2.1.3.2 Elemen-elemen Suasana Tempat.....	15
2.1.3.3 Tujuan dan Pengaruh Suasana Tempat.....	19
2.1.4 Kualitas Pelayanan	20
2.1.4.1 Pengertian Kualitas	20
2.1.4.2 Pengertian Pelayanan	20
2.1.4.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	22
2.1.4.5 Mengelola Kualitas Pelayanan	23
2.1.5 Perilaku Konsumen	25
2.1.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	25
2.1.5.2 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	26
2.1.5.3 Perilaku Pembelian	30
2.1.6 Keputusan Pembelian	31
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	31
2.1.6.2 Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.7 Artikel Jurnal Internasional dan Penelitian Sebelumnya	36
2.1.7.1 Jurnal Internasional	36
2.1.7.2 Penelitian Sebelumnya	43
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis Penelitian	48

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Operasional Variabel.....	51
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi.....	54
3.4.1 Sumber Data	54
3.4.2 Cara Penentuan Data	56

3.4.2.1 Populasi.....	56
3.4.2.2 Sampel.....	57
3.4.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5.1 Uji Validitas.....	61
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	64
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	65
3.6.1 Rancangan Analisis.....	65
3.6.1.1 Analisis Deskriptif.....	65
3.6.1.2 Analisis Jalur.....	69
3.6.2 Rancangan Uji Hipotesis.....	72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Warung Misbar	76
4.1.1 Sejarah Singkat Warung Misbar	76
4.1.2 Situasi Warung Misbar.....	77
4.2 Profil Responden Warung Misbar.....	80
4.3 Variabel Suasana Tempat.....	83
4.4 Variabel Kualitas Pelayanan	89
4.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	95
4.6 Uji Hipotesis.....	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2007-2011.....	3
Tabel 1.2	Daftar Restoran dan Cafe yang berada di Jln Riau, Bandung	6
Tabel 2.1	Jurnal Internasional	36
Tabel 2.2	Penelitian Sebelumnya	43
Tabel 3.1	Operasional Variabel	52
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Tempat X1.....	62
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan X2	63
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Y.....	63
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	65
Tabel 3.6	Tabel Contoh Jumlah Skor dan Persentase Item Pernyataan	66
Tabel 3.7	Rentang Klasifikasi Per-Item Pernyataan dan Per-Variabel	68
Tabel 3.8	Interpretasi Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur.....	81
Tabel 4.3	Karakteristik Tentang Berapa Kali Konsumen Pernah Datang Ke Warung Misbar Bandung	81
Tabel 4.4	Karakteristik Tentang Alasan Konsumen Dalam Memilih Sebuah Restoran/Kafe	82
Tabel 4.5	Karakteristik Tentang Media Sosial Yang Sering Konsumen Gunakan	83
Tabel 4.6	Skor Jawaban Konsumen Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Variabel .. Suasana Tempat	84
Tabel 4.7	Skor Jawaban Konsumen Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Variabel Kualitas Pelayanan	90
Tabel 4.8	Skor Jawaban Konsumen Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Variabel Keputusan Pembelian	96

Tabel 4.9	Karakteristik Tentang Darimana Referensi Warung Misbar	97
Tabel 4.10	Karakteristik Tentang Pertimbangan Apa Yang Menjadi Alasan Responden Untuk Datang ke Warung Misbar	98
Tabel 4.11	Korelasi Antar Variabel (<i>Correlation Matrix</i>)	100
Tabel 4.12	Besarnya Koefisien Jalur	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen-elemen Store Atmosphere (Suasana Tempat).....	15
Gambar 2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen	26
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	32
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian	48
Gambar 3.1	Struktur Hubungan Variabel	70
Gambar 4. 1	Papan Nama Warung Misbar	77
Gambar 4. 2	Meja dan Kursi Warung Misbar	78
Gambar 4. 3	Fasilitas <i>Big Screen</i> dan Tempat Duduknya	79
Gambar 4. 4	Musholla Warung Misbar	79
Gambar 4. 5	Hubungan Struktural Antara X1, X2 dan Y	101
Gambar 4.6	Kurva Uji-t Satu Pihak.....	103
Gambar 4.7	Kurva Uji-t Satu Pihak.....	104