

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

| | |
|------------------------------|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |

BAB 1 PENDAHULUAN

| | |
|---|----|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah..... | 20 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 21 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah | 22 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 22 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 23 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 23 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 24 |

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

| | |
|---|----|
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 26 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen..... | 26 |
| 2.1.2 Pengertian Pemasaran | 27 |
| 2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 29 |
| 2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran..... | 30 |
| 2.1.5.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran..... | 31 |
| 2.1.5 Produk | 33 |
| 2.1.5.1 Bauran Produk/Ragam Produk | 35 |

| | |
|--|----|
| 2.1.5.2 Dimensi Keragaman Produk | 35 |
| 2.1.6 Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>) | 36 |
| 2.1.6.1 Dimensi Suasana Toko | 38 |
| 2.1.7 Perilaku Konsumen | 39 |
| 2.1.7.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 40 |
| 2.1.7.2 Model Perilaku Konsumen | 42 |
| 2.1.7.3 Proses Keputusan Pembelian | 43 |
| 2.1.7.4 Keputusan Pembelian | 46 |
| 2.1.8 Kepuasan Konsumen | 48 |
| 2.1.8.1 Model Kepuasan Konsumen | 49 |
| 2.1.8.2 Indikator Kepuasan Konsumen | 50 |
| 2.1.8.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen | 51 |
| 2.1.8.4 Strategi Kepuasan Konsumen | 52 |
| 2.1.8.5 Pengukuran Kepuasan Konsumen | 53 |
| 2.1.8.6 Tingkatan Kepuasan Konsumen | 54 |
| 2.1.8.7 Tipe -Tipe Kepuasan Konsumen dan Ketidakpuasan Konsumen | 55 |
| 2.1.9 Penelitian Terdahulu | 56 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 64 |
| 2.2.1 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 65 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 66 |
| 2.2.3 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen | 66 |
| 2.2.4 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen | 67 |
| 2.2.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen | 68 |

| | |
|---------------------|----|
| 2.3 Hipotesis | 69 |
|---------------------|----|

BAB 3 METODE PENELITIAN

| | |
|--|-----|
| 3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan | 70 |
| 3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.. | 71 |
| 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian | 72 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian | 74 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 78 |
| 3.3.1 Populasi..... | 79 |
| 3.3.2 Sampel | 80 |
| 3.3.3 Teknik Sampling..... | 81 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 81 |
| 3.4.1 Uji Validitas | 83 |
| 3.4.2 Uji Reliabilitas | 84 |
| 3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis | 85 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif | 86 |
| 3.5.2 Analisis Varifikatif | 88 |
| 3.5.2.1 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> | 88 |
| 3.5.2.2 Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 89 |
| 3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik | 92 |
| 3.5.2.4 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total | 93 |
| 3.5.2.5 Analisis Korelasi Berganda | 95 |
| 3.5.3 Uji Hipotesis | 97 |
| 3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) | 97 |
| 3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)..... | 98 |
| 3.5.3.3 Koefisien Determinasi | 100 |
| 3.6 Rancangan Kuesioner | 101 |
| 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian | 102 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| 4.1 Hasil Penelitian | 103 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan <i>Cafe Kandang Ayam</i> | 103 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.1.1 Sejarah <i>Cafe</i> Kadang Ayam..... | 104 |
| 4.1.1.2 Struktur Organisasi <i>Cafe</i> Kandang Ayam..... | 106 |
| 4.1.1.3 Deskripsi Jabatan <i>Cafe</i> Kandang Ayam..... | 107 |
| 4.1.1.4 Aktivitas Perusahaan..... | 109 |
| 4.1.1.5 Logo dan Visi Misi <i>Cafe</i> Kandang Ayam..... | 112 |
| 4.1.2 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas | 113 |
| 4.1.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian | 113 |
| 4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian | 116 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden | 117 |
| 4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 117 |
| 4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 118 |
| 4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku..... | 119 |
| 4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 120 |
| 4.1.4.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keragaman Produk | 120 |
| 4.1.4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> | 135 |
| 4.1.4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... | 151 |
| 4.1.4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen | 173 |
| 4.1.5 Hasil Analisis Verifikatif Variabel Penelitian..... | 191 |
| 4.1.5.1 Hasil Uji Asumsi Klasik | 192 |
| 4.1.5.2 Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.... | 195 |
| 4.1.5.3 Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen | 203 |
| 4.2 Pembahasan..... | 212 |

| | |
|--|-----|
| 4.2.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif | 212 |
| 4.2.1.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Keragaman Produk | 212 |
| 4.2.1.2 Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> | 216 |
| 4.2.1.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian | 220 |
| 4.2.1.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen | 225 |
| 4.2.2 Pembahasan Hasil Analisis Varifikatif | 229 |
| 4.2.2.1 Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 229 |
| 4.2.2.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 231 |
| 4.2.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 233 |
| 4.2.2.4 Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 236 |
| 4.2.2.5 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen | 238 |
| 4.2.2.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen | 240 |
| 4.2.2.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 241 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 244 |
| 5.2 Saran..... | 246 |
| DAFTAR PUSTAKA | 253 |
| LAMPIRAN | |