

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung Tahun 2017.....	2
1.2	Data Jumlah Penduduk Kota Bandung	3
1.3	Data Jenis Industri Kuliner di Kota Bandung	4
1.4	Data Jenis <i>Cafe</i> di Kota Bandung Tahun 2017	6
1.5	Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung	11
1.6	Data Keluhan Konsumen <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Bulan September 2017 – Februari 2018	13
1.7	Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung	16
2.1	Penelitian Terdahulu	57
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	74
3.2	Jumlah Pengunjung <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung September 2017 - Februari 2018	79
3.3	Alternatif Jawaban Skala <i>Likert</i>	86
3.4	Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi	96
4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk...	114
4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	114
4.3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	115
4.4	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen..	115
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1,X2,Y,Z	116
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	117
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	118
4.8	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku ..	119
4.9	Banyaknya Kategori/Lini Produk Yang Ditawarkan	120
4.10	Kelengkapan Kategori/Lini Produk	122
4.11	Banyaknya Jenis Produk Dari Kategori/Lini Produk	

Yang Ditawarkan	124
4.12 Banyaknya Kelengkapan Produk Dari Setiap Jenis	126
4.13 Banyaknya Variasi Dari Jenis Produk Yang Ditawarkan	127
4.14 Tersedianya Produk Pelengkap	129
4.15 Ketersediaan Produk Yang Dijual.....	131
4.16 Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk	132
4.17 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keragaman Produk (X1).....	134
4.18 Logo <i>Cafe</i> Menarik	135
4.19 Bangunan Luar Menarik	137
4.20 Pencahayaan <i>Cafe</i> Baik.....	138
4.21 Musik Yang Diputar Baik	140
4.22 Aroma Ruangan <i>Cafe</i> Baik	141
4.23 Ruangan <i>Cafe</i> Sejuk.....	143
4.24 Jarak Antar Meja Sesuai.....	144
4.25 Tersedianya Ruang Arus Pengunjung	146
4.26 Tersedianya Kelengkapan Papan Petunjuk	147
4.27 Tersedianya Poster	148
4.28 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> (X2)	150
4.29 Memilih Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdsarakan Kualitas Produk	151
4.30 Memilih Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdsarakan Keragaman Produk	153
4.31 Memilih Merek <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdasarkan Kepercayaan Terhadap Merek.....	155
4.32 Memilih Merek <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdasarkan Reputasi Merek.....	156
4.33 Memilih Penyalur Berdasarkan Lokasi <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Mudah Dijangkau	158
4.34 Memilih Penyalur Berdasarkan Ketersediaan Produk <i>Cafe</i>	

Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung	160
4.35 Membeli Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdasarkan Adanya Promosi	161
4.36 Membeli Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Berdasarkan Waktu Pembelian Sesuai Dengan Kebutuhan.....	163
4.37 Melakukan Jumlah Pembelian Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Dipengaruhi Keragaman Produk	165
4.38 Melakukan Jumlah Pembelian Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Sesuai Dengan Kebutuhan	167
4.39 Membeli Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Dengan Metode Pembayaran Kartu Debet.....	168
4.40 Memutuskan Membeli Produk <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Dengan Metode Pembayaran Melalui Aplikasi <i>Smartphone</i>	170
4.41 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	171
4.42 Berharap Banyaknya Keragaman Produk Yang Ditawarkan <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Beragam	173
4.43 Berharap Tersedianya Produk Yang Dijual <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung	175
4.44 Berharap <i>Store Atmosphere Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Baik.....	177
4.45 Berharap Fasilitas <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Baik	179
4.46 Puas Terhadap Banyaknya Keragaman Produk Yang Ditawarkan <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Sesuai Harapan...	181
4.47 Puas Terhadap Tersedianya Produk Yang Dijual <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Sesuai Harapan.....	183
4.48 Puas Terhadap <i>Store Atmosphere Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon Kawung Sesuai Dengan Harapan	185
4.49 Puas Terhadap Fasilitas <i>Cafe</i> Kandang Ayam Cabang Kebon	

Kawung Sesuai Dengan Harapan.....	187
4.50 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan	
Konsumen (Z)	189
4.51 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	193
4.52 Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi	195
4.53 Model Summary Struktur I	195
4.54 Koefisien Determinasi Simultan Struktur I.....	196
4.55 Pengaruh Koefisien Determinasi Parsial Struktur I.....	197
4.56 ANOVA Struktur I.....	198
4.57 Coefficients Struktur I.....	199
4.58 Matrix Korelasi X1 dan X2.....	201
4.59 Pengaruh Langsung Keragaman Produk Dan Store Atmosphere	
Terhadap Keputusan Pembelian, Pengaruh Tidak Langsung	
Keragaman Produk Melalui Store Atmosphere Terhadap	
Keputusan Pembelian Dan Store Atmosphere Melalui Keragaman	
Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Serta Pengaruh	
Total Struktur I.....	202
4.60 Model Summary Struktur II.....	203
4.61 Koefisien Determinasi Simultan Struktur II	204
4.62 Pengaruh Koefisien Determinasi Parsial Struktur II.....	205
4.63 ANOVA Struktur II.....	206
4.64 Coefficients Struktur II	208
4.65 Matrix Korelasi X1,X2, dan Y	209
4.66 Pengaruh Langsung Keragaman Produk, Store Atmosphere Dan	
Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen, Pengaruh	
Tidak Langsung Keragaman Produk Melalui Keputusan	
Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Store Atmosphere	
Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen,	
Serta Pengaruh Total Struktur II	210