

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PENGAKUAN DAN PERNYATAAN	ii
PENGHARGAAN/MOTTO DAN DEDIKASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	9
<u>BAB 11</u> TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Peneliti	11
2.1.1 Administrasi Bisnis	11
2.1.2 Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.2 Lokasi Usaha	14
2.2.1 Pengertian Lokasi Usaha.....	14
2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Lokasi Usaha.....	15
2.2.3 Tujuan Lokasi	16
2.3 Keputusan Pembelian	16
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2.3.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	18
2.4 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	21

2.6	Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Metode Penelitian	26
3.1.1	Paradigma Penelitian	26
3.1.2	Metode Penelitian yang Digunakan	27
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	27
3.1.4	Teknik Pengumpulan data	30
3.1.5	Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> Majalaya	38
4.1.1	Sejarah Singkat Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i>	38
4.1.2	Logo dan Data Tempat Penelitian	39
4.1.3	Visi dan Misi Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i>	39
4.1.4	Struktur Organisasi Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i>	40
4.2	Kondisi Lokasi Usaha pada Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> Majalaya	42
4.2.1	Akses	43
4.2.2	Visibilitas	47
4.2.3	Lalu Lintas (<i>Traffic</i>)	51
4.2.4	Tempat Parkir	53
4.2.5	Ekspansi	57
4.2.6	Lingkungan	58
4.2.7	Persaingan	60
4.2.8	Peraturan Pemerintah	64
4.2.9	Analisis Skor Variabel X (Lokasi Usaha)	65
4.3	Kondisi Keputusan Pembelian Pada Ruang Sepuluh	68
4.3.1	Kemantapan Sebuah Produk	68
4.3.2	Kebiasaan Dalam Membeli Produk	73
4.3.3	Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	78
4.3.4	Analisis Skor Variabel Y (Keputusan Pembelian)	83
4.4	Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> di Majalaya	86
4.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian	87
4.4.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	92
4.4.5	Analisis Koefisien Kolerasi Rank Spearman	93
4.4.6	Analisis Koefisien Determinasi	96
4.4.7	Uji Hipotesis	97

4.5	Hambatan dan Usaha Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> di Majalaya.....	99
4.5.1	Hambatan yang dihadapi Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> di Majalaya 99	
4.5.2	Usaha-usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan pada Ruang Sepuluh <i>Coffee House</i> di Majalaya	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.1	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN-LAMPIRAN		108
LAMPIRAN 2 ANGKET PENELITIAN		109