

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAPTR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Kegunaan Penelitian .....	10
1.5. Kerangka Pemikiran .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1. Pengertian Retailing Mix .....	20
2.1.1. Komponen Bauran Ritel .....	22
2.2. Pengertian Rumah Makan/Restoran .....	25
2.3. Pengertian Suasana Toko (Store Atmosphere) .....	26
2.3.1. Elemen-elemen Suasana Toko (Store Atmosphere) .....	27
2.4. Perilaku Konsumen .....	30
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	35
2.4.2. Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen .....	36
2.5. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	41
2.6. Penelitian Terdahulu .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1. Objek Penelitian .....	45
3.1.1. Sejarah Rumah Makan Ampera .....	45
3.1.2. Visi dan Misi Rumah Makan Ampera .....	46
3.1.3. Struktur Organisasi .....	46
3.2. Metode Penelitian .....	47
3.2.1. Jenis Dan Metode Penelitian .....	47
3.2.2. Data, Jenis Data, Dan Sumber Data .....	49
3.2.3. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling .....	50
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.3. Instrumen Penelitian, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner .....	59
3.3.1. Instrumen .....	57
3.3.2. Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner ..	57

3.3.3. Uji Reliabilitas .....	59
3.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	60
3.3.5. Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner .....	61
3.4. Metode Analisis Data .....	62
3.4.1. Uji Hipotesis .....	65
3.4.2. Analisis Koefisien Determinasi .....	67
<b>BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1. Pelaksanaan Store Atmosphere di Rumah Makan Ampera .....	68
4.2. Tanggapan Konsumen Tentang Store Atmosphere di Rumah Makan Ampera .....	69
4.2.1. Gambaran variabel keputusan pembelian .....	81
4.3. Transformasi Data .....	86
4.4. Analisis Regresi .....	88
<b>BAB V KESEIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN .....</b>	