

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
RIWAYAT HIDUP .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.3.1 Subjek Penelitian .....	9
1.3.2 Objek Penelitian .....	10
1.3.3 Tempat Penelitian.....	10
1.3.4 Waktu Penelitian .....	10
1.3.5 Ilmu Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Bagi Perusahaan.....	10
1.5.2 Manfaat Bagi Peneliti.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.1 Faktor-faktor Perilaku Konsumen .....	13

2.2	Citra Merek .....	14
2.2.1	Komponen Citra Merek .....	15
2.2.2	Faktor-faktor Citra Merek .....	17
2.3	<i>Store Atmosphere</i> .....	19
2.3.1	Faktor <i>Store Atmosphere</i> .....	20
2.3.2	Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	21
2.4	Keputusan Pembelian.....	27
2.4.1	Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	29
2.5	Penelitian Terdahulu .....	34
2.6	Kerangka Pikir.....	36
2.7	Hipotesis.....	37
2.7.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	37
2.7.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan PembelianFore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung .....	38
2.7.3	Pengaruh Citra Merek dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis penelitian .....	40
3.2	Sumber Data .....	40
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4	Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1	Populasi .....	41
3.4.2	Sampel .....	41
3.5	Variabel Penelitian .....	43
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	45
3.7.1	Uji Validitas .....	45
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data .....	46
3.8.1	Uji Normalitas Sampel .....	46
3.8.2	Uji Linearitas.....	46

3.8.3	Uji Multikolinearitas .....	47
3.9	Metode Analisis Data.....	48
3.9.1	Regresi Linear Berganda.....	48
3.10	Pengujian Hipotesis.....	48
3.10.1	Uji T (Uji Parsial).....	48
3.10.2	Uji F (Uji Simultan) .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Deskripsi Data .....	51
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	51
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	54
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	57
4.2.1	Hasil Uji Validitas .....	57
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	59
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.3.2	Hasil Uji Linearitas .....	60
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
4.5	Metode Analisis Data .....	62
4.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62
4.6	Hasil Uji Hipotesis .....	64
4.6.1	Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	64
4.6.2	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	66
4.7	Pembahasan.....	67
4.7.1	Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	67
4.7.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung .....	67
4.7.3	Pengaruh Citra Merek (X1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung ...	69

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan ..... 71

5.2 Saran..... 71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2020-2021.....	3
Gambar 1.2 Kedai Kopi Lokal Terfavorit Tahun 2022 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	36

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Data Pra Survey Citra Merek Pada Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	5
Tabel 1.2 Hasil Data Pra Survey <i>Store Atmosphere</i> Pada Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Pada Fore Coffee Ahmad Yani Bandar Lampung.....	7
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	34
Table 3.1 Interpretasi Skala Likert.....	41
Table 3.3 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	44
Table 3.4 Interpretasi Nilai r.....	46
Table 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Table 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	52
Table 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Table 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Table 4.5 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Table 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1).....	54
Table 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	55
Table 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.12 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.....	59
Table 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	60
Table 4.15 Hasil Uji Linearitas.....	61
Table 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Table 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Table 4.18 Hasil Uji Model Summary.....	64
Table 4.19 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	65
Table 4.20 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 2 Data Jawaban Responden.....	83
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	88
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Jawaban 112 Responden .....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	94
Lampiran 6 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	97
Lampiran 7 Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 8 Hasil Output Metode Analisis Data .....	99
Lampiran 9 Hasil Output Uji Hipotesis .....	100
Lampiran 10 rtabel.....	101
Lampiran 11 ttabel .....	102
Lampiran 12 ftabel.....	103
Lampiran 13 Dokumentasi Fore Coffee .....	106
Lampiran 14 Daftar Kedai Kopi di Bandar Lampung .....	106