

## DAFTAR ISI

<b>BAB I .....</b>	<b>3</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>3</b>
1.1 Latar Belakang .....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Bagi Perusahaan .....	10
1.5.2 Bagi Penulis.....	10
1.5.3 Bagi Pihak Lain.....	10
1.6 Sistematika Pihak Lain .....	11
<b>BAB II.....</b>	<b>12</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1 Pemasaran .....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.3 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko) .....	16
2.4 Persepsi Harga .....	20
2.5 Keputusan Pembelian .....	21
2.6 Penelitian Terdahulu .....	24
2.7 Kerangka Pikir .....	28

2.8 Hipotesis Penelitian .....	29
2.8.1 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan di Lacosta Cafe Metro .....	29
2.8.2 Store Atmosphere berpengaruh terhadap minat pembelian di Lacosta Cafe Metro .....	30
2.8.3 Persepsi Harga berpengaruh terhadap kepuasan di Lacosta Cafe Metro .....	30
2.8.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Lacosta Cafe Metro .....	31
<b>BAB III .....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Sumber Data .....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4 Populasi Dan Sampel .....	34
3.4.1 Populasi .....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Variabel Penelitian .....	35
3.5.1 Variabel Independen (X / Eksogeneous) .....	36
3.5.2 Variabel Dependen (Y / Endogeneous) .....	36
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.7 Uji Persyaratan Analisis Data .....	39
3.7.1 Model Pengukuran atau Outer Model .....	40
3.7.2 Structural model (Inner Model).....	41
3.8 Penguji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Data.....	43
4.1.1 Karakteristik Responden .....	43
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	45
4.2 Analisis Data .....	51
4.2.1 Menilai Outer Model atau Measurement Model .....	51

4.2.2	Mengevaluasi Average Variance Extraceted (AVE)	54
4.2.3	Mengvaluasi <i>Composite</i>	55
4.2.4	Pengujian Model Struktural ( <i>inner model</i> )	56
4.2.5	R-Square	56
4.2.6	Pengujian Hipotesis	57
4.2.7	Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian)	58
4.2.8	Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian)	59
4.2.9	Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian)	59
4.3	Pembahasan	60
4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	61
<b>BAB V</b>		<b>62</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>62</b>
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>63</b>