

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	12
2.2 Elemen Atau Indikator Dari <i>Store Atmosphere</i>	13
2.3 Pengertian Niat Pembelian Ulang	17
2.4 Pengertian Minat pembelian ulang	20
2.5 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Dengan Niat Pembelian Ulang.....	21
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Kerangka Pemikiran.....	25
2.8 Hipotesis	26

2.8.1 Dimensi kebersihan (X1) terhadap minat pembelian ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	26
2.8.2 Dimensi music (X2) terhadap minat pembelian ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	26
2.8.3 Dimensi aroma (X3) terhadap minat pembelian ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	27
2.8.4 Dimensi suhu (X4) terhadap minat pembelian ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	28
2.8.5 Dimensi pencahayaan (X5) terhadap minat beli ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal	28
2.8.6 Dimensi warna (X6) terhadap minat pembelian ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	29
2.8.7 Dimensi tampilan atau tata letak (X7) terhadap minat beli ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal	30
2.8.8 Dimensi kebersihan (X1), music (X2), aroma (X3), suhu (X4), pencahayaan (X5), warna (X6), dan tampilan atau tata letak (X7) berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) pengunjung Warunk Upnormal.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Sumber Data	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Kuesioner	33
3.3.2 Observasi.....	33
3.3.3 Wawancara.....	33
3.4 Populasi Dan Sampel	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel	34
3.5 Variabel Penelitian	34
3.6 Definisi Operasional Variabel	35

3.7 Uji Persyaratan Instrumen	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	41
3.8.1 Uji Normalitas	41
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	41
3.9 Metode Analisis Data	42
3.9.1 Regresi Linear Berganda	42
3.10 Pengujian Hipotesis.....	43
3.10.1 Uji t	43
3.10.2 Uji F.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Data.....	49
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	54
4.2.1 Hasil Uji Validitas	54
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.3 Hasil Uji Pesyaratan Analisis Data	60
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	60
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	61
4.4 Hasil Analisis Data.....	62
4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda	62
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
4.5.1 Hasil Uji t	64
4.5.2 Hasil Uji F.....	67
4.6 Pembahasan.....	68
4.6.1 Pembahasan Dimensi Kebersihan (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	68
4.6.2 Pembahasan Dimensi musik (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	68

4.6.3 PengaruhDimensi aroma (X3) terhadapMinatBeli	
Ulang (Y).....	69
4.6.4 PembahasanDimensiSuhu (X4) terhadapMinatBeli	
Ulang (Y).....	69
4.6.5 PembahasanDimensipencahayaan (X5)terhadapMinat	
BeliUlang (Y).....	70
4.6.6 PembahasanDimensiWarna (X6) terhadapMinatBeli	
Ulang (Y).....	70
4.6.7 PembahasanDimensiTampilanatau Tata Letak (X7)	
terhadapMinatpembelianulang (Y)	70
4.6.8 PengaruhX1,X2,X3,X4,X5,X6, dan X7 terhadapMinat	
BeliUlang (Y).....	71
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	70

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Observasi Pada 10 Pengunjung Tentang Keunggulan WarunkUpnormal..... 5
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 20
- Tabel 3.1 Operasional Variabel 33
- Tabel 3.2 Interpretasi Nilai R 37
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 50
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status 51
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi 51
- Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 52
- Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 52
- Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan..... 53
- Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi 53
- Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Kebersihan (X1).... 54
- Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Musik (X2)..... 55
- Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Aroma (X3)..... 55
- Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Suhu (X4)..... 56
- Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Pencahayaan (X5) 56
- Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Warna (X6) 57
- Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Tampilan atau Tata Letak (X7)..... 57
- Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi Minat Beli Ulang (Y)..... 58
- Table 4.17 Interpretasi Nilai R 59

- Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas 59
- Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas 60
- Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas 62
- Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Coefficients Regresi 63
- Tabel 4.22 Hasil Uji Model Summary 63
- Tabel 4.23 Hasil Uji T 6
- Tabel 4.24 Hasil Uji F 67

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1, Nilai penjualan dan Pertumbuhan Pada Sektor
Pelayanan Makanan Indonesia 2014 – 2019 dalam US\$ Juta 2
- Gambar 2.1, Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen 14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban responden

Lampiran 4 Karakteristik Responden

Lampiran 5 Uji Frekuensi Jenis Kelamin

Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas

Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas