

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis (akademis)	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.2 Unsur-unsur <i>Store Atmosphere</i>	14
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.4 Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	18
2.2 <i>Store Image</i>	24
2.2.1 Definisi <i>Store Image</i>	24
2.2.2 Strategi Mempertahankan <i>Store Image</i>	25
2.2.3 Faktor pendukung agar <i>store image</i> bisa menarik hati konsumen	27
2.2.4 Faktor-faktor yang Membangun Citra Toko	28
2.3 Konsumsi	30
2.3.1 Pengertian Konsumsi	30

2.3.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi	31
2.3.3	Teori Konsumsi.....	34
2.4	Tingkat Konsumsi	37
2.4.1	Konsep Umum	37
2.4.2	Konsep Badan Pusat Statistik	37
2.5	Penelitian Terdahulu	41
2.6	Kerangka Pemikiran.....	43
2.7	Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
3.4	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	49
3.4.1	Operasional Variabel.....	49
3.4.2	Skala Pengukuran.....	51
3.4.3	Method of Succesiv Interval (MSI).....	52
3.5	Populasi dan Sampel	54
3.5.1	Populasi.....	54
3.5.2	Sampel.....	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1	Teknik Statistik Inferensial	56
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7.1	Uji Validitas	63
3.7.2	Uji Reliabilitas	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Objek Penelitian.....	68
4.2	Hasil Pengumpulan Data.....	73
4.3	Karakteristik Responden	74
4.4	Hasil Penelitian	81
4.4.1	Uji Validitas	81
4.4.2	Uji Reliabilitas	83
4.4.3	Analisis Inferensial	83
4.4.4	Hasil Data Interval (MSI)	92

4.4.5	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.6	Uji Hipotesis Asosiatif.....	99
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Rekomendasi / Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....		110
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia Dari Tahun 2012-2018	2
Tabel 1.2 Jumlah Pertumbuhan Usaha <i>Cafe</i> Atau <i>Coffee Shop</i> Di Bandung.....	3
Tabel 1.3 Konsumsi Kopi Di Kota Bandung Dari Tahun 2012-2018.....	4
Tabel 1.4 Waktu Penelitian	12
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang Menmbangun Citra Toko.....	28
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	41
Tabel 3.1 Operasional variabel	50
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	51
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi..	61
Tabel 3.4 Hasil uji validitas	64
Tabel 3.5 Hasil uji reliabilitas	67
Tabel 4.1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Kelompok Responden Berdasarkan Profesi.....	75
Tabel 4.4 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Minuman Kopi Yang Sering Diminum	76
Tabel 4.5 Kelompok Responden Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi Kopi	77
Tabel 4.6 Kelompok Responden Berdasarkan Alasan Utama Mengonsumsi Kopi.	78
Tabel 4.7 Kelompok Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Kopi Per Bulan ..	79
Tabel 4.8 Kelompok Responden Berdasarkan Rata-Rata Harga Segelas Kopi Yang Diminum	80

Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	81
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Image</i> (X2).....	82
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Konsumsi (Y).....	82
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Item Kuisisioner.....	83
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Statistik	85
Tabel 4.14 Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pada Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1)	86
Tabel 4.15 Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pada Variabel <i>Store Image</i> (X2)	88
Tabel 4.16 Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan Pada Variabel Tingkat Konsumsi (Y).....	90
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil MSI	92
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4.19 Korelasi <i>Product Moment Store Atmosphere</i> Terhadap Tingkat Konsumsi Kopi Di Kota Bandung.....	100
Tabel 4.20 Korelasi <i>Product Moment Store Image</i> Dan Tingkat Konsumsi Kopi Di Kota Bandung.....	101
Tabel 4.21 Uji Korelasi Ganda.....	102
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Elemen-elemen Store Atmosphere	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1 Peta Kota Bandung.....	68
Gambar 4.2 KopiKitaku	69
Gambar 4.3 Armor kopi	70
Gambar 4.4 Kopi Truk	71
Gambar 4.5 372 Kopi Dago Pakar	72
Gambar 4.6 Senemu Coffee 2.1	73
Gambar 4.7 Skala Kontinum Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	87
Gambar 4.8 Skala Kontinum Variabel <i>Store Image</i> (X2).....	89
Gambar 4.9 Skala Kontinum Variabel Tingkat Konsumsi (Y).....	91
Gambar 4.10 Kurva P-Plot.....	96
Gambar 4.11 Scatterplot.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2: Hasil olah spss