

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Halaman Pernyataan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Keputusan Pembelian	7
2.1.2. Cita Rasa	8
2.1.3. <i>Atmosphere Restaurant</i>	10
2.2. Kerangka Pikir	11
2.3. Hipotesis	12

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	14
3.2. Metode Penelitian	14
3.3. Jemis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	15
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	15
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	15
3.4. Populasi dan Sampel	17
3.4.1. Populasi	17
3.4.2. Sampel	17
3.5. Teknik Analisis Data	18
3.5.1. Uji Validitas.....	18
3.5.2. Uji Realibilitas	18
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	18
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	19
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	19
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	19
3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda	20
3.5.5. Uji Koefesien Determinasi	20
3.5.6. Uji f	21
3.5.7. Uji t	21
3.6. Definisi Operasional	21

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	25
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.1.2. Karakteristik Responden	25
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	27
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
4.1.3. Hasil Analisis Data	28
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas	28
4.1.3.2. Hasil Uji Realibilitas	29
4.1.3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	30
4.1.3.3.1. Pengujian Normalitas	30
4.1.3.3.2. Pengujian Multikolinearitas	32
4.1.3.3.3. Pengujian Heteroskedastisitas	33
4.1.3.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	34
4.1.3.5. Hasil Koefisien Determinasi	35
4.1.3.6. Hasil Uji f	36
4.1.3.7. Hasil Uji t	37
4.2. Pembahasan	38
4.2.1. Pengaruh Cita Rasa dan <i>Atmosphere Restaurant</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
4.2.2. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	38

4.2.3. Pengaruh *Atmosphere Restaurant* terhadap Keputusan

Pembelian 39

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 40

5.2. Saran 41

DAFTAR PUSTAKA43

DAFTAR LAMPIRAN 45



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Instrument Skala Likert	14
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	23
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	24
Table 4.4 Hasil Uji Validitas	25
Table 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	26
Table 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	28
Table 4.7 Hasil uji Regresi Linier Berganda	30
Table 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	31
Table 4.9 Hasil Uji F	32
Table 4.10 Hasil Uji t	33



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	12
GAMBAR 4.1	30
GAMBAR 4.2	3

