

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penelitian.....	5
BAB II KERANGKA TEORI	6
A. Kajian Pustaka.....	6
1. Lokasi	6
a. Pengertian Lokasi.....	6
b. Tipe Lokasi	8
c. Tahapan memilih lokasi	9
2. <i>Store Atmosphere</i>	10
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	10
b. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	11
c. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	12
d. Ukuran <i>Store Atmosphere</i>	13
3. <i>Keputusan Pembelian</i>	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
c. Indikator Keputusan Pembelian	15
d. Keputusan Pembelian Menurut Islam	16
e. Tipe pengambilan keputusan konsumen.....	18
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Berfikir	24
D. Hipotesis	25

1.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
A.	Jenis dan Pendekatan	28
B.	Populasi dan Sampel.....	29
C.	Identifikasi Variabel	30
D.	Definisi Operasional.....	31
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
F.	Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
A.	Hasil Penelitian	38
1.	Gambaran Objek Penelitian	38
a.	Profil Umum Istana Ayam Barongan Kudus	38
b.	Jadwal Buka-Tutup	38
c.	Data Penjualan Tiga Tahun Terakhir	38
2.	Analisis Data.....	38
a.	Uji Validitas Instrumen	38
b.	Uji Reliabilitas	40
c.	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.	Hasil Analisis Data	44
a.	Analisis Regresi Linier Berganda	44
b.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
c.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	47
d.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	48
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	49
1.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.....	49
2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus.....	50
3.	Pengaruh Simultan Lokasi Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus	51
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	53
B.	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENELITI DAN LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Autokorelasi.....	35
Tabel 4.1	Data Penjualan Tiga Tahun Terakhir.....	38
Tabel 4.2	Uji Validitas Responden.....	39
Tabel 4.3	Uji Validitas Responden.....	39
Tabel 4.4	Uji Validitas Responden.....	40
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Responden.....	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolonieritas.....	41
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi.....	42
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Berganda.....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengaruh Lokasi Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Istana Ayam Barongan Kudus).25

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....44

