

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRAC.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen.....	36
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 <i>Store Layout</i>	16
2.1.4 Citra Merek	22
2.1.5 Minat Beli	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian	40

BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1	Desain Penelitian	42
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.3	Definisi dan Operasional Variabel.....	45
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	47
3.4.1	Populasi Penelitian	47
3.4.2	Sampel Penelitian	48
3.4.3	Teknik Sampling	48
3.5	Pengumpulan Data Penelitian.....	49
3.5.1	Sumber Data Penelitian.....	49
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.3	Instrumen Penelitian	50
3.6	Analisis Data	52
3.6.1	Rancangan Analisis	52
3.6.1.1	Analisis Deskriptif	52
3.6.1.2	Tranformasi Data	54
3.6.1.3	Analisis Korelasi	55
3.6.1.4	Analisis Verifikatif.....	56
3.6.1.5	Analisis Jalur.....	56
3.6.1.6	Uji Normalitas	59
3.6.2	Uji Hipotesis.....	60
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1	Hasil Penelitian.....	64
4.1.1	Profil Lokus atau Objek Penelitian	64
4.1.2	Profil Responden	67
4.1.3	Hasil Pengujian Keabsahan Data	70
4.1.4	Analisis Deskriptif	75
4.1.5	Analisis Verifikatif.....	75
4.1.6	Uji Hipotesis	129
4.2	Pembahasan Penelitian	133
4.2.1	Pembahasan Deskriptif.....	133

4.2.2 Pembahasan Verifikatif.....	135
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	139
5.1 Kesimpulan.....	139
5.2 Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Indek 2018-2020.....	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.3. Skala Likert	51
Tabel 3.4 Analisis Rentang Skala.....	54
Tabel 3.5 Analisis Korelasi	56
Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Store Layout</i>	72
Tabel 4.2 Uji Validitas Citra Merek	73
Tabel 4.3 Uji Validitas Minat Beli	73
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel X1,X2 dan Y	74
Tabel 4.5 Uji Normalitas	75
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Penataan Barang	76
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Penempatan Barang	77
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tempat Belanja	78
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Lokasi Ruangan	79
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Fasilitas	80
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Area Penjualan	81
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Pengaturan Barang	82
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Kenyamanan	83
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tempat Kasir.....	84
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Dekorasi	85
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Penataan Produk	86
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Posisi Produk	87
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Keseluruhan Produk.....	88
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Pengelompokan Produk	89
Tabel 4.20 Rekapitulasi Variabel <i>Store Layout</i>	90
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Starbucks dikenal Banyak Orang.....	91
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Merek Mudah Diingat.....	92
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Reputasi Baik	93

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Varian Menu	94
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Dikembangkan.....	95
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Menarik Perhatian.....	96
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Kemasan Produk.....	97
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Ukuran Cup Bervariasi	98
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Kesan Anggun dan Elegan	99
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Cocok dengan Produk.....	100
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Keunikan Produk	101
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tidak Berpindah Kemerek Lain	102
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Produk Starbucks Layak di Beli	103
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Pelayanan.....	104
Tabel 4.35 Rekapitulasi Variabel Citra Merek.....	105
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Membeli Produk	106
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Membeli di Masa Akan Datang	107
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Banyak Kedai Kopi Sejenis	108
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Promo Strabucks.....	109
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Rekomendasi Produk	110
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Kendala.....	111
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Refrensi.....	112
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Mengreferensikan Starbucks	113
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Produk Starbucks	114
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Karyawan Cepan dan Tanggap.....	115
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Pilihan Utama	116
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Informasi Tentang Starbucks.....	117
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Informasi Tentang Promo-Promo	118
Tabel 4.49 Tanggapan Responden Informasi Tentang Menu Viral	119
Tabel 4.50 Rekapitulasi Variabel Minat Beli.....	120
Tabel 4.51 Hubungan X1 dengan X2	121
Tabel 4.52 Uji Parsial X1 dan X2 terhadap Y	122
Tabel 4.53 Pengaruh Simultan X1 dan X2 terhadap Y	124
Tabel 4.54 Perhitungan Simultan X1 dan X2 terhadap Y.....	124
Tabel 4.55 Hubungan X1 dengan X2	127

Tabel 4.56 Uji Hipotesis Pengaruh Parsial X1 dengan X2 terhadap Y	127
Tabel 4.57 Uji Hipotesis Parsial X2 terhadap Y	128
Tabel 4.58 Hasil Pengujian Simultan	129
Tabel 4.59 Uji Hipotesis Pengaruh Simultan X1 dan X2 terhadap Y	129



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	43
Gambar 3.2 Bar Skala	54
Gambar 3.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	57
Gambar 3.4 Sub Struktural ke -1	59
Gambar 3.5 Sub Struktural ke -2.....	59
Gambar 3.6 Sub Struktural ke -3	59
Gambar 3.7 Sub Struktural ke -4.....	59
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	71
Gambar 4.5 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Penataan Barang	76
Gambar 4.6 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Penempatan Barang	77
Gambar 4.7 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Tempat Belanja	78
Gambar 4.8 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Lokasi Ruangan.....	79
Gambar 4.9 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Fasilitas.....	80
Gambar 4.10 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Area Penjualan	81
Gambar 4.11 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Pengaturan Barang	82
Gambar 4.12 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Kenyamanan.....	83
Gambar 4.13 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Tempat Kasir	84
Gambar 4.14 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Dekorasi	85
Gambar 4.15 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Penataan Produk.....	86
Gambar 4.16 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Posisi Produk.....	87
Gambar 4.17 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Keseluruhan Produk	88
Gambar 4.18 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Pengelompokan Produk.....	89
Gambar 4.20 <i>Bar Scale</i> Hasil Rekapitulasi Variabel Store Layout.....	91
Gambar 4.21 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Starbucks dikenal	92
Gambar 4.22 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Merek Mudah Diingat	93
Gambar 4.23 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Reputasi Baik.....	94

Gambar 4. 24 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Varian Menu.....	95
Gambar 4.25 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Dikembangkan	96
Gambar 4.26 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Menarik Perhatian	97
Gambar 4.27 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Kemasan Produk	98
Gambar 4.28 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Ukuran Cup Bervariasi.....	99
Gambar 4.29 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Kesan Anggun dan Elegan	100
Gambar 4.30 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Cocok dengan Produk	101
Gambar 4.31 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Keunikan Produk.....	102
Gambar 4.32 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Tidak Berpindah Kemerek	103
Gambar 4.33 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Produk Starbucks Layak.....	104
Gambar 4.33 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Pelayanan	105
Gambar 4.35 <i>Bar Scale</i> Hasil Rekapitulasi Variabel Citra Merek	107
Gambar 4.36 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Membeli Produk.....	108
Gambar 4.37 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Membeli Masa Akan Datang....	109
Gambar 4.38 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Banyak Kedai Kopi Sejenis.....	110
Gambar 4.39 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Promo Strabucks	111
Gambar 4.40 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Rekomendasi Produk.....	112
Gambar 4.41 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Kendala.....	113
Gambar 4.42 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Refrensi	114
Gambar 4.43 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Mengreferensikan Starbucks	115
Gambar 4.44 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Produk Starbucks.....	116
Gambar 4.45 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Karyawan Cepan dan Tanggap	117
Gambar 4.46 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Pilihan Utama	118
Gambar 4.47 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Informasi Tentang Starbucks....	119
Gambar 4.48 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Informasi Promo-Promo.....	120
Gambar 4.49 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Informasi Menu Viral.....	121
Gambar 4.50 <i>Bar Scale</i> Tanggapan Responden Pengelompokan Produk.....	123
Gambar 4.51 Korelasi X1 dengan X2	125
Gambar 4.52 Pengaruh Parsial X1 terhadap Y	126
Gambar 4.53 Pengaruh Parsial X2 terhadap Y.....	126
Gambar 4.54 Model <i>Path Analysis</i> Hasil Pengujian	128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 3 Data Ordinal <i>Store Layout</i>	106
Lampiran 4 Data Ordinal Citra Merek.....	110
Lampiran 5 Data Ordinal Minat Beli.....	115
Lampiran 6 Transformasi Data Variabel <i>Store Layout</i>	120
Lampiran 7 Transformasi Data Variabel Citra Merek.....	125
Lampiran 8 Transformasi Data Variabel Minat Beli.....	130
Lampiran 9 Hasil Output Uji Validitas <i>Store Layout</i>	135
Lampiran 10 Hasil Output Uji Validitas Citra Merek.....	136
Lampiran 11 Hasil Output Uji Validitas Minat Beli.....	137
Lampiran 12 Uji Reliabilitas <i>Store Layout</i>	138
Lampiran 13 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	139
Lampiran 14 Uji Reliabilitas Minat Beli.....	140
Lampiran 15 Output SPSS Normalitas.....	141
Lampiran 16 Output Korelasi, R Square, Uji t dan Uji F.....	142
Lampiran 17 Dokumentasi.....	143
Lampiran 18 Surat Keterangan Turnitin.....	144
Lampiran 19 Kartu Bimbingan.....	145