

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Konsep Café	8
2.1.1 Pengertian Café	8
2.2 Konsep Produk	9
2.2.1 Pengertian Produk	9
2.2.2 Tingkatan Produk	10
2.2.3 Atribut Produk	12
2.3 Kualitas Produk	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	15
2.4 Promosi	15
2.4.1 <i>Advertising</i>	17
2.4.2 <i>Sales Promotion</i>	19
2.4.3 <i>Public Relation</i>	22
2.4.4 <i>Personal Selling</i>	23
2.4.5 <i>Direct Marketing</i>	24
2.5 Konsep Lokasi	25
2.6 Konsep Volume Penjualan	28
2.6.1 Definisi Volume Penjualan	28
2.7 Kajian Empirik	30
2.8 Hipotesis	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian	39
3.2.2 Metode Penelitian	40

3.3	Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel	41
3.4	Operasional Variabel.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	47
3.7	Teknik Analisis Data	48
3.7.1	Analisis Korelasi.....	49
3.7.2	Uji Koefisien Determinasi	49
3.8	Uji Hipotesis	50
3.8.1	Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	50
3.8.2	Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Sejarah	52
4.1.2	Letak dan Keadaan Daerah	53
4.2	Gambaran Umum Responden	54
4.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
4.2.4	Gambaran Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	58
4.3.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	58
4.3.2	Deskripsi Variabel Promosi	65
4.3.3	Deskripsi Variabel Lokasi.....	68
4.3.4	Deskripsi Variabel Volume Penjualan.....	74
4.4	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	77
4.4.1	Koefisien Korelasi Ganda dan Determinasi	78
4.4.2	Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Simultan (F)	79
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Parsial (Uji T)	79
4.4.4	Model Persamaan Regresi Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Pada Café Di Kawasan Dago.....	80
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Pada Café Di Kawasan Dago	82
4.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Café Di Kawasan Dago.....	83

4.5.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Volume Penjualan Pada Café Di Kawasan Dago	84
4.5.4	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Pada Café Di Kawasan Dago	85
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

