

DAFTAR ISI

MOTTO	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
TANDA PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	10
1. Dessyana (2013)	10
2. Affandi (2012)	10
3. Goman (2005)	11
B. Perilaku Konsumen	13
1. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
C. Ritel	15
1. Pengertian Ritel	15
2. Karakteristik Ritel	16
3. Jenis Ritel	16
4. Fungsi Ritel	18
D. Bauran Ritel	19
1. Lokasi	19
2. Produk	19
3. Harga	20
4. Promosi	20
5. Suasana dalam Gerai	20
6. Pelayanan	21
7. <i>Customer Service</i>	21
E. Store Atmosphere	21

1. Pengertian Store Atmosphere	22
2. Tujuan dan Dampak Store Atmosphere	23
3. Elemen Store Atmosphere	24
a. Eksterior	25
b. General Interior	27
c. Store Layout (Penataan Toko)	30
d. Interior (Point of Purchase) Display	33
F. Keputusan Pembelian	34
1. Pengertian Keputusan Pembelian	34
2. Model Perilaku Konsumen	35
3. Proses Keputusan Pembelian	36
G. Hubungan Store Atmosphere dengan Keputusan Pembelian	40
H. Model Konsep dan Hipotesis	42
1. Model konsep	42
2. Model Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	45
C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran	45
1. Konsep	45
2. Variabel	46
3. Definisi Operasional	46
4. Skala Pengukuran.....	47
D. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel.....	51
3. Teknik Sampling.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	52
1. Sumber Data.....	52
2. Metode Pengumpulan Data.....	53
3. Instrumen Penelitian	54
F. Validitas dan reliabilitas	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	56
3. Hasil Uji Validitas	56
4. Hasil Uji Reliabilitas	58
5. Analisis Data	59
a. Analisis Deskriptif	59
b. Analisis Regresi Linier Berganda	59
c. Pengujian Hipotesis	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	62
B. Gambaran Umum Responden.....	63
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63

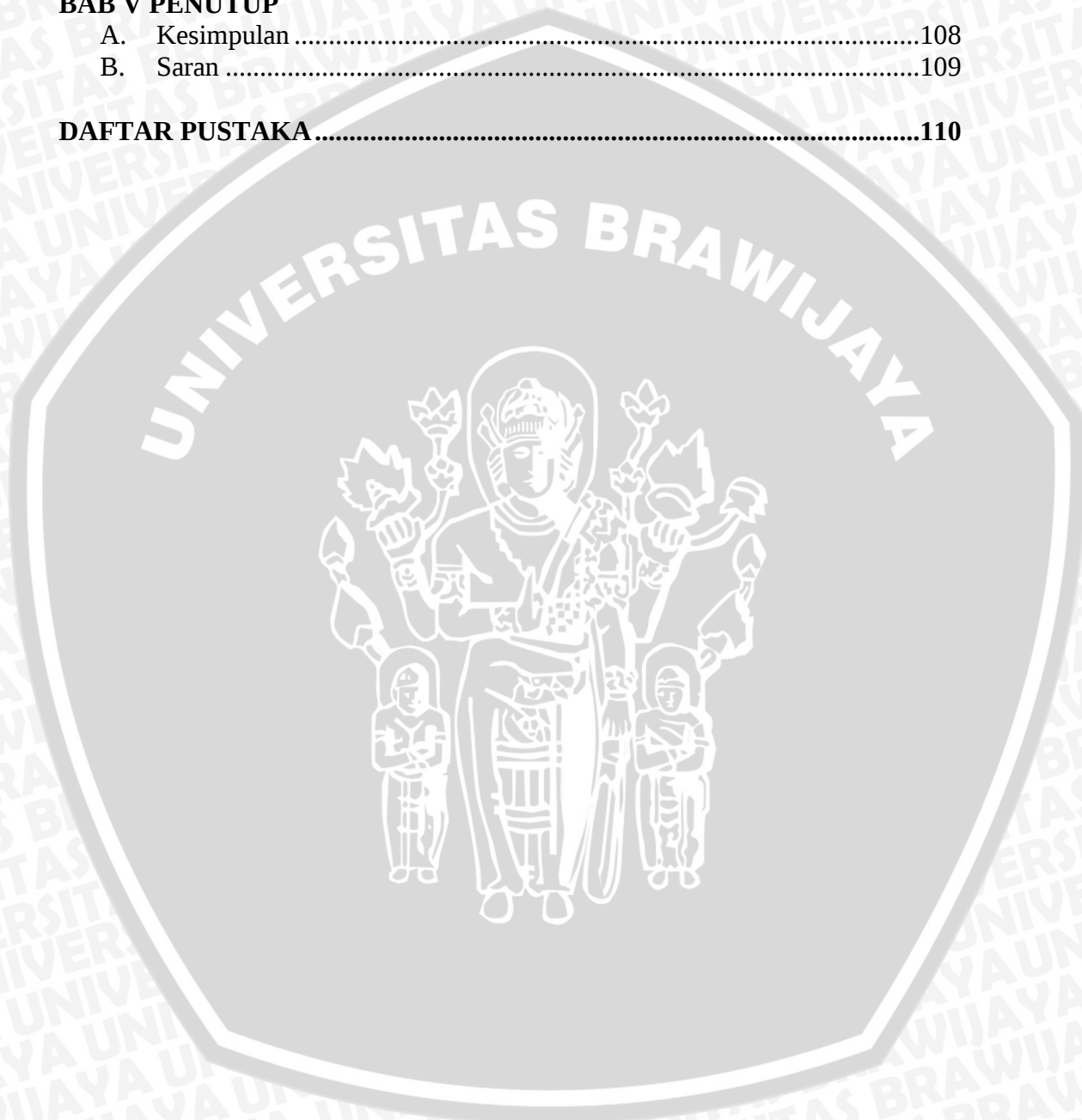
2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	64
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
5. Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Setiap Berkunjung	68
6. Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung ke MOG	70
7. Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	71
C. Analisis Statistik Deskriptif	72
1. Variabel <i>Exterior</i>	72
a. Indikator Bagian Depan Toko	73
b. Indikator Papan Nama Toko	74
c. Indikator Pintu Masuk Toko	75
d. Indikator Luas Bangunan	76
e. Indikator Keunikan	76
2. Variabel <i>General Interior</i>	78
a. Indikator Lantai Dalam Toko	79
b. Indikator Pencahayaan	80
c. indikator Peralatan Penunjang	80
d. indikator Suhu Udara dalam Toko	81
e. Indikator Jarak Antara Rak Barang	82
f. Indikator Ruangan di dalam Toko	83
g. Indikator Barang Dagangan	83
h. Indikator Harga	84
i. Indikator Kebersihan	85
3. Variabel Store Layout	86
a. Indikator Alokasi Ruang	87
b. Indikator Pengelompokan Produk	88
c. Indikator Lalu Lintas Toko	89
4. Variabel Interior Display	90
a. Indikator Assormnt Display	90
b. Indikator Theme-Setting Display	91
c. Indikator Rack Display	92
d. Indikator Posters	93
5. Variabel Keputusan Pembelian	94
a. Indikator Proses Keputusan Pembelian	95
D. Analisis Regresi Linier Berganda	97
1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	98
2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	99
a. Variabel Exterior	100
b. Variabel General Interior	100
c. Variabel Store Layout	101
d. Variabel Interior Display	101
3. Variabel yang Dominan	101
E. Pembahasan	101
1. Pengaruh Exterior terhadap Keputusan Pembelian	103

2. Pengaruh General Interior terhadap Keputusan Pembelian	104
3. Pengaruh Store Layput terhadap Keputusan Pembelian	105
4. Pengaruh Interior Display terhadap Keputusan Pembelian	106

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA.....	110
----------------------------	------------

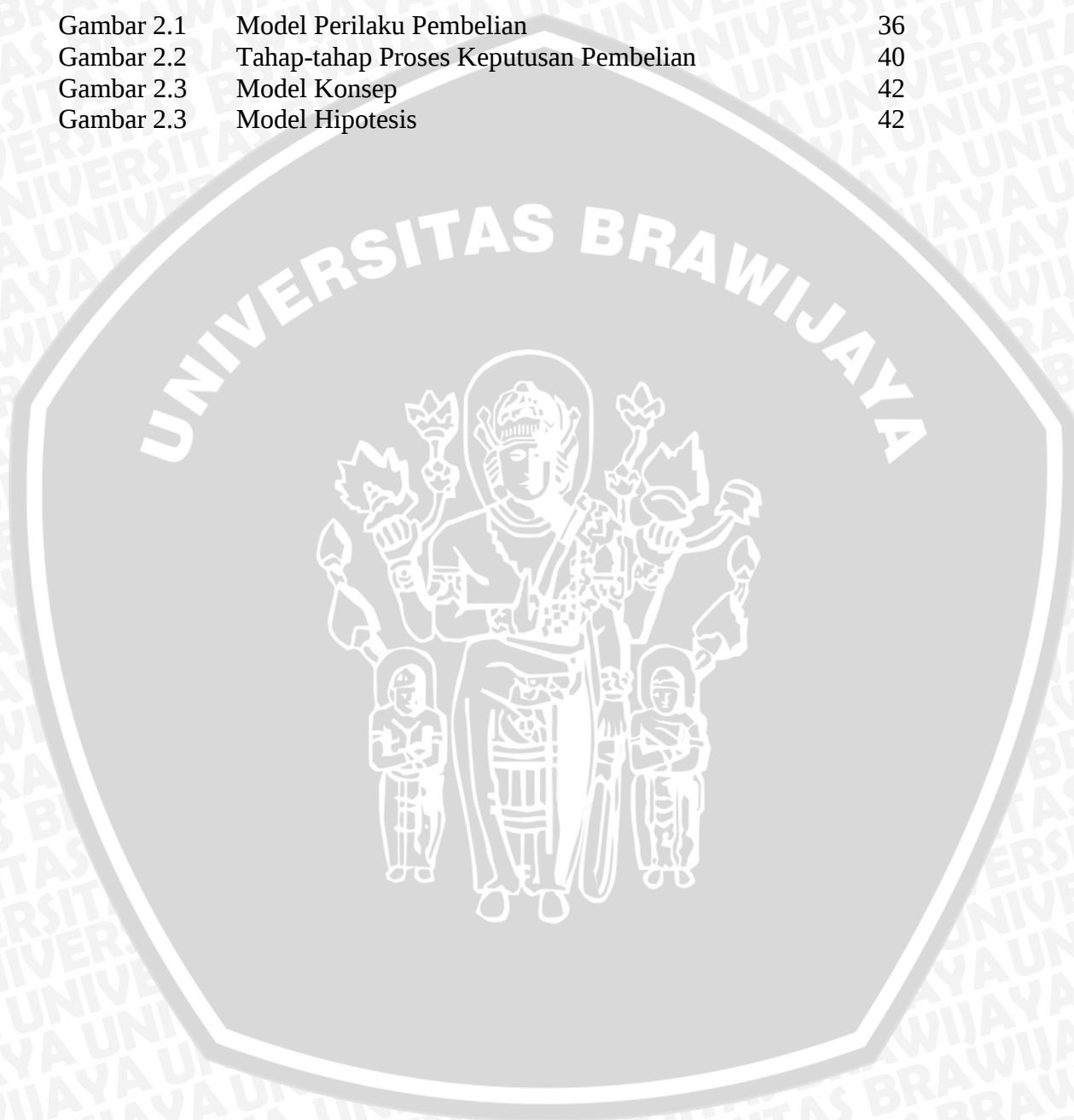


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Pemetaan penelitian terdahulu	12
Tabel 3.1 Skor Pengukuran variabel jawaban responden	48
Tabel 3.2 Operasional variabel Penelitian	42
Tabel 3.3 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 3.4 Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Distribusi responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan rata-rata Pengeluaran setiap berkunjung	69
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Banyaknya Berkunjung ke MOG	70
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	71
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Exterior</i>	73
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>General Interior</i>	78
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Store Layout</i>	86
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Interior Display</i>	90
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	94
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian	36
Gambar 2.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	40
Gambar 2.3 Model Konsep	42
Gambar 2.3 Model Hipotesis	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Curriculum Vitae
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Skor Kuesioner
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 6	Karakteristik Responden
Lampiran 7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 8	Hasil Regresi Linier Berganda

