

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
RIWAYAT HIDUP	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
SANWACANA	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	10
2.2 Bauran Ritel (<i>Retailing Mix</i>)	12
2.2.1 Tujuan Bauran Ritel	12
2.2.2 Jenis Retailing	13
2.2.3 Tipe-Tipe Pengecer	15
2.2.4 Unsur-Unsur Bauran Ritel	17
2.3 Perilaku Konsumen.....	22
2.4 Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.5 Loyalitas Konsumen	26
2.5.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	26
2.5.2 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	27
2.5.3 Tahap-Tahap Loyalitas	28
2.6. Keterkaitan Antar Variabel	29
2.6.1 Hubungan Bauran ritel (produk, harga, promosi, pelayanan, fasilitas fisik) Terhadap Keputusan pembelian	29
2.6.2 Hubungan Bauran ritel (produk, harga, promosi, pelayanan, fasilitas fisik) Terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.6.3 Hubungan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen.....	30
2.7. Penelitian Terdahulu	31

2.8. Kerangka Pemikiran	32
2.9. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Sumber Data	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel	38
3.5 Teknik Sampling.....	39
3.6 Definisi Konseptual	39
3.7 Definisi Operasional	41
3.8 Pengujian Instrumen	42
3.8.1 Uji Validitas.....	42
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.9 Metode Analisis Data	43
3.9.1 Statistik Deskriptif.....	44
3.9.2 Analisis Statistik Inferensial	44
3.9.2.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	45
3.9.2.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
3.9.2.3 Model Analisis Persamaan Struktural	50
3.10 Pengujian Hipotesis	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
4.2 Karakteristik Responden.....	52
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan.....	54
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung Selama Sebulan	55
4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Setiap Kali Berkunjung	56
4.3 Hasil Analisis Data	56
4.3.1 Hasil Analisis Data Deskriptif.....	56
4.3.1.1 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk	57
4.3.1.2 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel harga.....	59
4.3.1.3 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	62
4.3.1.4 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan	64
4.3.1.5 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Fasilitas Fisik	66

4.3.1.6 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.3.1.7 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	72
4.4 Analisis Statistik Inferensial.....	75
4.4.1 Pengukuran Model.....	75
4.4.1.1 Variabel Produk	76
4.4.1.2 Variabel Harga	78
4.4.1.3 Variabel Promosi.....	79
4.4.1.4 Variabel Pelayanan	81
4.4.1.5 Variabel Fasilitas Fisik.....	83
4.4.1.6 Variabel Keputusan Pembelian.....	84
4.4.1.7 Variabel Loyalitas Konsumen.....	86
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	87
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	89
4.6 Hasil Hipotesis	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN