

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.4 Kerangka Pemikiran.....	13
1.5 Hipotesis.....	15
1.6 Metode Penelitian.....	16
1.7 Definisi Operasional Variabel.....	17
1.8 Skala Pengukuran Variabel	18
1.9 Metode Analisis Data.....	20
1.10 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	21
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	23
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	24
2.3 Pengertian Produk	13
C. Pasar	14
D. <i>Ritel</i> (Eceran).....	17
E. Lingkungan Toko.....	20
1. Citra toko (<i>Store Image</i>)	20
2. Atmosfer toko (<i>Store Atmospherics</i>).....	22
3. Teater toko (<i>Store Theatrics</i>)	24
F. Pengambilan Keputusan.....	25
G. Struktur Keputusan Membeli	30
H. Kerangka Pikir.....	32
I. Penelitian Sebelumnya.....	34
J. Hipotesis	36

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian.....	37
B. Sumber Data	38
C. Teknik Pengumpulan Data	38
D. Subjek dan Objek Penelitian	39
1. Subjek Penelitian.....	39
2. Objek Penelitian	39
E. Definisi Konseptual dan Operasional	40
1. Definisi Konseptual.....	40
2. Definisi Operasional.....	41
F. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	43
a. Besar Sampel	43
b. Teknik Sampel	43
G. Teknik Pengujian Instrumen	44
1. Validitas	44
2. Reliabilitas	46
H. Teknik Pengolahan Data	47
I. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Autokorelasi	49
c. Uji Heteroskedastisitas	50
d. Uji Multikolinearitas	51
2. Uji R ²	52
3. Uji F	52
4. Uji t	53
5. Regresi Linear Berganda.....	54

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. 1. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
2. Struktur Organisasi	56
B. Hasil Dan Pembahasan	65
1. Gambaran Responden	65
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	67
C. Pengujian Instrumen.....	83
1. Pengujian Validitas	83
2. Pengujian Reliabilitas.....	84
D. Analisis Data	84
1. Uji R ²	84
2. Uji F	85
3. Uji t	86
4. Analisis Regresi Berganda	87
E. Pembahasan	89
1. Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	89

2. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	90
3. Pengaruh Teater Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	91
4. Pengaruh Citra Toko, Atmosfer Toko, Dan Teater Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
5. Pembahasan Regresi Berganda	92

V. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pertumbuhan bisnis ritel.....	2
2. Definisi Operasional.....	39
3. Hasil Uji Validitas 30 Sampel.....	45
4. Interpretasi Nilai r	47
5. Hasil Uji Reliabilitas 30 sampel.....	47
6. Hasil Uji Autokorelasi.....	50
7. Hasil Uji Multikolinieritas	51
8. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
9. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	65
10. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
11. Penilaian Responden Berdasarkan Lokasi Chandra Strategis.....	67
12. Penilaian Responden Berdasarkan Penempatan Logo	68
13. Penilaian Responden Berdasarkan Pelayanan	68

14. Penilaian Responden Berdasarkan Parkir Chandra Aman	69
15. Penilaian Responden Berdasarkan Pengaturan Lorong	70
16. Penilaian Responden Berdasarkan Pengaturan Barang	70
17. Penilaian Responden Berdasarkan Kebersihan Chandra	71
18. Penilaian Responden Berdasarkan Label Harga	72
19. Penilaian Responden Berdasarkan Warna Dinding Chandra.....	72
20. Penilaian Responden Berdasarkan Ukuran Chandra	73
21. Penilaian Responden Berdasarkan Musik Yang Diputar	74
22. Penilaian Responden Berdasarkan Pemberian Informasi	75
23. Penilaian Responden Berdasarkan Aroma Di Dalam Chandra	75
24. Penilaian Responden Berdasarkan Fasilitas Coba Pakaian banyak ..	76
25. Penilaian Responden Berdasarkan Fasilitas Coba Pakaian Mudah Ditemukan	77
26. Penilaian Responden Berdasarkan Dekorasi Chandra	77
27. Penilaian Responden Berdasarkan Program Promosi	78
28. Penilaian Responden Berdasarkan Potongan Harga	79
29. Penilaian Responden Berdasarkan Waktu Pembelian.....	79
30. Penilaian Responden Berdasarkan Jumlah Barang Yang Dibeli.....	80
31. Persentase Jawaban Responden Dari Setiap Variabel	81
32. Hasil Uji Validitas 75 Sampel.....	83
33. Hasil Uji Reliabilitas 75 Sampel	84
34. Perhitungan Uji F	85
35. Perhitungan Uji t	86
36. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda X_1 , X_2 , dan X_3 , terhadap Y	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Perilaku Konsumen.....	14
2. Proses Pembelian	26
3. Kerangka Pikir	34

