

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Kerangka Pemikiran	11
1.6. Hipotesis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran	15
2.1.1. Konsep Pemasaran	16
2.2. Pemasaran Jasa	18
2.2.1. Kualitas Jasa	20
2.3. Pengertian Ritel	23
2.4. Pengertian Suasana Toko	24
2.4.1. Elemen Suasana Toko	26
2.4.2. Afeksi	31
2.5. Keputusan Pembelian	32
2.6. Minat Beli Konsumen	35
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Sumber Data	41
3.1.1. Jenis Penelitian	41
3.1.2. Sumber Data	41
3.2. Metode Pengumpulan Data	42
3.3. Populasi dan Sampel	42

3.3.1.	Populasi	42
3.3.2.	Sampel	42
3.4.	Definisi Operasional Variabel	44
3.5.	Uji Alat Analisis	48
3.5.1.	Uji Validitas	48
3.5.2.	Uji Reliabilitas	48
3.6.	Metode Analisis	49
3.6.1.	Analisis Kuantitatif	49
3.6.2.	Analisis Regresi	50
3.6.3.	Uji t dan Uji F	50

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Profil Putra Baru Swalayan	53
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.2.1	Hasil Uji Validitas	54
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.3	Analisis Kualitatif	57
4.3.1	Hasil Analisis Variabel Demografi	57
4.4	Pernyataan Konsumen Mengenai Suasana Toko	60
4.4.1	Bagian Luar Toko (X1)	61
4.4.2	Bagian Dalam Toko (X2)	62
4.4.3	Tata Letak Toko (X3)	63
4.4.4	Dekorasi Pematik (X4)	64
4.4.5	Total Nilai Variabel Suasana Toko	64
4.5	Pernyataan Konsumen Mengenai Minat Beli Ulang	68
4.6	Analisis Kuantitatif	68
4.6.1	Uji Regresi Linier Berganda	69
4.6.2	Uji Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji F)	71
4.6.3	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA