

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
1.6 Hipotesis.....	11

BAB II TUJUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Prilaku Konsumen.....	13
2.2.1 Pengertian Prilaku Konsumen.....	13
2.2.2 Prilaku di Tempat Belanja.....	14
2.3 Ritel.....	14
2.3.1 Pengertian Ritel	14
2.3.2 Bauran Ritel	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.5 Hubungan Bauran Ritel Dan Keputusan.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sumber Data.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.5.1 Variabel Penelitian.....	31
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian	35
3.7 Uji Validitas dan Relibilitas	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Relibilitas	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.9 Uji Hipotesis	38

3.9.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	38
3.9.2 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F).....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan Alfamart.....	41
4.2 Hasil Uji Validitas dan Relibilitas.....	41
4.3 Analisis Demografi Responden.....	45
4.4 Analisis Kualitatif	48
4.4.1 Pernyataan Responden Terkait Pelayanan Konsumen (X1)	48
4.4.2 Pernyataan Responden Terkait Desain dan Tampilan (X2).....	50
4.4.3 Pernyataan Responden Terkait Pelayanan Konsumen (X3)	52
4.4.4 Pernyataan Responden Terkait Lokasi (X4)	54
4.4.5 Pernyataan Responden Terkait Keragaman Produk (X5).....	55
4.4.6 Pernyataan Responden Terkait Harga (X6)	56
4.4.7 Pernyataan Responden Terkait Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.5 Analisis Kuantitatif	60
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda	61
4.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	63
4.5.3 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68