

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Tujuan Penelitian .....	14
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2. TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>16</b>
2.1. Perilaku Konsumen.....	16
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	16
2.1.2. Model Perilaku Konsumen .....	20

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22
2.2. <i>Store Loyalty</i>	23
2.2.1. Pengertian <i>Store Loyalty</i>	23
2.2.2. Manfaat <i>Store Loyalty</i>	29
2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Toko ( <i>Store Image</i> )	29
2.4. Citra Toko Ritel	34
2.5. <i>Store Atmosphere</i> (Atmosfer Toko)	36
2.5.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> (Atmosfer Toko)	36
2.5.1.1. Pengertian <i>Store</i> (Toko)	36
2.5.1.2. Pengertian <i>Atmosphere</i> (Suasana)	36
2.5.1.3. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> (Atmosfer Toko)	38
2.5.2. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	40
2.6. <i>Perceived Quality</i>	49
2.6.1. Pengertian Kualitas	49
2.6.2. Pengertian <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	50
<b>3. PENELITIAN TERDAHULU</b>	<b>57</b>
<b>4. KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>63</b>
<b>5. HIPOTESIS</b>	<b>66</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Rancangan dan Jenis Penelitian	68
-------------------------------------	----

3.2. Populasi .....	69
3.3. Sampel dan Teknik Sampling.....	69
3.4. Jenis Data Penelitian.....	71
3.5. Teknik Pengambilan Data .....	71
3.6. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	72
3.7. Definisi Operasional Variabel .....	73
3.8. Pengukuran Variabel .....	76
3.9. Uji Instrumen.....	77
3.9.1. Uji Validitas .....	77
3.9.2. Uji Reliabilitas .....	79
3.10. Teknik Analisis Data .....	80
3.10.1. Analisis Deskriptif .....	80
3.10.2. Analisis Kuantitatif .....	80

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	83
4.1.1. Analisis Deskriptif .....	83
4.1.1.1. Deskripsi Profil Responden .....	83
4.1.1.2. Jenis Kelamin Responden .....	83
4.1.1.3. Usia Responden .....	84
4.1.1.4. Pekerjaan Responden .....	85
4.1.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian .....	86
4.1.2.1. Variabel <i>Store Loyalty</i> (Y) .....	87
4.1.2.2. Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X) .....	89

4.1.2.3. Variabel <i>Perceived Quality</i> (Z) .....	92
4.2. Analisis Kuantitatif .....	95
4.2.1. Menilai <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	95
4.2.1.1. <i>Convergen Validity</i> .....	95
4.2.1.2. <i>Discriminant Validity</i> .....	96
4.2.1.3. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	97
4.2.1.4. <i>Composite Reliability</i> .....	98
4.2.2. Menilai <i>Inner Model</i> (Pengujian Model Struktural) .....	99
4.2.3. Analisis Jalur .....	102
4.3. Uji Hipotesis .....	105
4.3.1. Hipotesis 1 .....	105
4.3.2. Hipotesis 2 .....	106
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	108

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	111
5.2. Saran .....	111

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**