

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
a. Pengertian keputusan Pembelian.....	9
b. Proses keputusan Pembelian.....	10
c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	12
d. Indikator keputusan Pembelian	14
2. <i>Store Atmosphere</i>	16
a. Pengertian <i>store atmosphere</i>	16
b. Elemen – elemen <i>store atmosphere</i>	17
c. Indikator yang mempengaruhi <i>store atmosphere</i>	24
3. Lokasi	28
a. Pengertian lokasi	28
b. Pentingnya memilih lokasi	29

c. Indikator lokasi	30
4. Keragaman produk	30
a. Pengertian keragaman produk	30
b. Indikator yang mempengaruhi keragaman produk	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hubungan Antar Variabel	33
1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	34
3. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
D. Kerangka Konseptual	36
E. Hipotesis.....	37

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	39
B. Populasi	39
C. Sampel	39
D. Teknik Pengambilan Sampel	40
E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Definisi Operasional Variabel	43
a. Keputusan Pembelian (Y)	43
b. <i>Store Atmosphere</i> (X1)	44
c. Lokasi (X2)	45
d. Keragaman Produk (X3)	45
G. Metode Pengumpulan Data	46
1. Kuisisioner	46
H. Uji Instrumen Penelitian	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	50
I. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Linier Berganda	51
2. Uji F (Pengujian Hipotesis 4)	52

3. Uji t (Pengujian Hipotesis 1,2,3)	53
--	----

BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	55
1. Karakteristik Hasil Responden	55
a. Umur	55
b. Jenis Kelamin	56
c. Pekerjaan	57
d. Pendapatan	57
e. Kunjungan	58
2. Analisis Deskripsi Variabel	59
a. Variabel Keputusan Pembelian	59
b. Variabel <i>Store Atmosphere</i>	60
c. Variabel Lokasi	62
d. Variabel Keragaman Produk	63
B. Analisis Kuantitatif	64
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	64
2. Uji Model Regresi dan Koefisien Determinan (R^2)	66
3. Hasil Uji F.....	67
4. Hasil Uji t (Uji Parsial)	67
C. Pembahasan	69

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Variabel <i>Store Atmosphere</i>	26
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala Likert pada Jawaban Kuisisioner	47
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	49
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	50
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas	51
Tabel 4.1 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..	57
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	58
Tabel 4.6 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.7 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel <i>Store Atmosphere</i>	60
Tabel 4.8 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Lokasi	61

Tabel 4.9 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Keragaman Produk	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel 4.11 Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Penelitian 30 Responden

Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4. Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden

Lampiran 5. Hasil