

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 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. Perilaku Konsumen	9
a. Pengertian perilaku konsumen	9
b. Proses keputusan pembelian	12
c. Keputusan pembelian	15

2.	Retail	19
a.	Retail mix	20
B.	Penelitian terdahulu	28
C.	Hubungan Antara Variabel	30
D.	Kerangka Konseptual	35
E.	Hipotesis penelitian	36
BAB III : METODE PENELITIAN		
A.	Metode Penelitian	37
B.	Obyek dan Waktu Penelitian	37
C.	Populasi	38
D.	Sampel dan Teknik Sampling	38
E.	Jenis Data Penelitian	40
F.	Prosedur Pengambilan Data	40
G.	Klasifikasi Varibel Penelitian	40
H.	Definisi Operasional Variabel	41
I.	Skala Pengukuran Variabel	44
J.	Uji Instrumen	46
1.	Uji Validitas	46
2.	Uji Reliabilitas	47
K.	Teknik Analisis Data	48
1.	Regresi Linier Berganda	48
2.	Uji F	49
3.	Uji t	50
4.	Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Analisis Deskripsi Variabel	53
1.	Deskripsi Karakteristik Responden	53
2.	Deskripsi Variabel Penelitian	59
B.	Analisis Kuantitatif	60
1.	Analisis Regresi Linier Berganda	61
2.	Uji Hipotesis	63

a. Uji F	63
b. Uji t	63
c. Koefisien Determinasi (R^2)	65
C. Pembahasan	65
BAB V : KEISMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

2.4	Hasil Penelitian Terdahulu	28
2.5	Kerangka Konseptual.....	35
3.1	Skedul Waktu Penelitian	38
3.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.3	Hasil Pengujian Validitas	46
3.4	Hasil pengujian Reliabilitas	48
4.1	Karakteristik Responden.....	53
4.2	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Customer Service</i>	55
4.3	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Store Design & Display</i>	56
4.4	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Communication Mix</i>	56
4.5	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Location</i>	57
4.6	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Assortment</i>	58
4.7	Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Pricing</i>	58
4.8	Hasil analisis Regresi Linier Berganda	61

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Perilaku Konsumen	12
2.2	Model lima tahap proses pembelian konsumen	15
2.3	<i>Retail Mix</i>	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :	Kuesioner	75
Lampiran 2 :	Data Responden	81
Lampiran 3 :	Rekapitulasi Data Responden.....	85
Lampiran 4 :	Uji Validitas dan Reliabilitas	105
Lampiran 5:	Distribusi Frekuensi	113
Lampiran 6 :	Hasil Analisis Regresi	116
Lampiran 7 :	Surat Ijin Penelitian	118