

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	11
1.3    Tujuan Penelitian.....	11
1.4    Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1    Manfaat Praktis .....	12
1.4.2    Manfaat Teoritis .....	12
1.5    Tinjauan Pustaka .....	13
1.5.1    Tinjauan Teoritis .....	13
1.5.1.1    Pengertian Ritel .....	13
1.5.1.2 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	18
1.5.1.2.1    Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	18
1.5.1.3    Perilaku Konsumen .....	34
1.5.1.4    Sikap.....	43
1.5.1.5    Keputusan Pembelian .....	46
1.5.2    Tinjauan Empiris .....	53
1.7    Hubungan Antar Variabel.....	58

1.7.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Sikap .....	58
1.7.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	59
1.7.3	Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian .....	61
1.8	Kerangka Pemikiran .....	64
1.9	Hipotesis .....	65
1.9.1	Uraian Hipotesis .....	65
1.9.2	Model Hipotesis .....	66
1.10	Definisi Konsep dan Operasional .....	66
1.10.1	Definisi Konsep .....	66
1.10.2	Definisi Operasional .....	67
1.11	Metode Penelitian.....	80
1.11.1	Jenis Penelitian .....	80
1.11.2	Ruang Lingkup Penelitian .....	80
1.11.3	Lokasi Penelitian .....	80
1.11.4	Objek Penelitian .....	80
1.11.5	Sumber Data.....	81
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data .....	81
1.11.7	Skala Pengukuran .....	81
1.11.8	Populasi dan Sampel.....	82
1.11.9	Teknik Sampling .....	83
1.11.10	Pengukuran Instrumen.....	86
1.11.11	Uji Asumsi Klasik .....	87
1.11.12	Teknik Analisis Data .....	88
1.12	Uji Hipotesis .....	89
1.12.1	Uji t (t-test).....	89
1.12.2	Uji Sobel.....	90
<b>BAB II</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>91</b>
2.1	Sejarah Toko Mode Centre Pemuda .....	91
2.2	Logo Mode Centre .....	92

2.3	Lokasi Penelitian .....	92
2.4	Jam Operasional .....	92
2.5	Brand Produk .....	92
2.6	Produk Mode Centre .....	93
2.7	Media Sosial.....	94
<b>BAB III</b>	<b>Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>95</b>
3.1	Hasil Penelitian .....	95
3.1.1	Uji Instrumen Penelitian.....	95
3.1.2	Karakteristik Responden.....	99
3.1.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	107
3.1.4	Analisis Statistik Inferensial .....	177
3.1.5	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	179
3.1.6	Hasil Keseluruhan .....	186
3.2	Pembahasan.....	189
3.2.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Sikap .....	189
3.2.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	190
3.2.3	Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian .....	191
3.2.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap	192
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>194</b>
4.1	Kesimpulan .....	194
4.2	Saran .....	195
	Daftar Pustaka .....	198
	LAMPIRAN.....	204