

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Tinjauan Empiris.....	8
2. Tinjauan Teoritis.....	29
a. <i>Retailing Mix</i> .....	29
1. Ciri atau Karakteristik Perdagangan Eceran.....	30
2. Faktor-Faktor Bauran Eceran ( <i>Retailing Mix</i> ).....	30
b. Keputusan Pembelian.....	39
1. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	40
2. Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	44
3. Proses Keputusan Pembelian.....	46
c. Customer Satisfaction.....	51
1. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	53
2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	55
3. Tipe-tipe Kepuasan Pelanggan dan Ketidakpuasan Pelanggan.....	57
4. Elemen Kepuasan Pelanggan.....	58
5. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	60
d. Hubungan antar Variabel.....	60
1. Hubungan <i>Retailing Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	60
2. Hubungan <i>Retailing Mix</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
3. Hubungan Keputusan Pembelian Terhadap <i>Customer</i>	

<i>Satisfaction</i> .....	62
F. Kerangka Pemikiran.....	63
G. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	63
1. Definisi Konseptual.....	63
2. Definisi Operasional.....	64
H. Hipotesis.....	67
I. Metode Penelitian.....	67
1. Metode Penelitian.....	67
2. Ruang Lingkup Penelitian.....	68
3. Lokasi Penelitian.....	68
4. Sumber Data.....	68
5. Teknik Pengumpulan Data.....	69
6. Populasi dan Sampel.....	70
7. Teknik Sampling.....	71
8. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	72
9. Teknik Analisis Data.....	73
10. Analisis Jalur.....	77
11. Uji Hipotesis.....	78
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	80
A. Sejarah PT. Trans Retail Indonesia.....	80
B. Sejarah Transmart Carrefour Yogyakarta.....	81
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	82
D. Waktu Operasional Transmart Carrefour Yogyakarta.....	82
E. Konsep dan Tata Ruang Transmart Carrefour Yogyakarta.....	82
F. Logo Perusahaan.....	84
G. Struktur Organisasi Perusahaan.....	85
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	86
A. Uji Instrumen Penelitian.....	86
1. Uji Validitas.....	86
2. Uji Reliabilitas.....	87
B. Analisis Statistika Deskriptif.....	88
C. Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	89
1. Analisis Statistik Variabel <i>Retailing Mix</i> .....	89
2. Analisis Statistik Variabel Keputusan Pembelian.....	105

3. Analisis Statistik Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	108
D. Analisis Data.....	111
1. Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	111
a. <i>Convergent Validty</i> .....	111
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	114
c. <i>Composite Reliability</i> .....	116
2. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	116
a. <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	117
E. Uji Hipotesis.....	118
F. Pembahasan.....	121
1. Pengaruh <i>Retailing Mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	121
2. Pengaruh <i>Retailing Mix</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	122
3. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	122
4. Pengaruh <i>Retailing Mix</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Melalui Keputusan Pembelian.....	123
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	153
1. Kesimpulan.....	154
2. Saran.....	154
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	155
<b>LAMPIRAN</b> .....	159